
Разные языки, разные миры

Для немца и финна правда — это правда. В Японии и Британии все за правду, лишь бы никто не высовывался и ничто не нарушало баланса. В Китае абсолютной истины нет вообще. В Италии истина — это вопрос, который может обсуждаться.

Сравнения национальных культур часто начинаются с выяснения различий в социальном поведении. Приветствуя друг друга, японцы не пожимают рук; они часто кланяются и не сморкаются в общественных местах. Бразильцы всегда образуют неуправляемые очереди на автобус, предпочитают коричневую обувь черной и приезжают на вечеринки с опозданием часа на два. Греки имеют привычку смотреть вам прямо в глаза, кивают, когда хотят сказать «нет», и время от времени бьют посуду о стены в ресторанах. Французы тщательно подчищают тарелку кусочком хлеба, макают булочку в кофе, а в бистро здороваются за руку с незнакомыми людьми. Когда британцы едят суп, то наклоняют тарелку от себя, они едят горох, перевернув вилку, а в гольф играют даже под дождем.

Видимость и реальность

Такие различия в стиле поведения и манерах нас забавляют. Мы улыбаемся эксцентричности иностранцев, втайне испытывая чувство удовлетворения от собственной «нормальности». И всё же мы осознаем, что эти особенности большей частью не так уж и важны. Пожив во Франции, мы начинаем с удовольствием макать круассаны в кофе, оставляя неряшливые капли на столе; в Бразилии открываем для себя прелесть ранее казавшегося возмутительным опоздания, а в Санкт-Петербурге по-гусарски бросаем рюмку из-под водки через плечо. Такая адаптация поведения не влечет за собой изменений психики. Мы перенимаем манеры иностранцев отчасти для того, чтобы приспособиться, отчасти — чтобы развлечься. Мы можем на один вечер стать французами или греками, можем сидеть на *татами* с японцами и есть руками баранину с арабами. Но то важное, что происходит в нашей голове, остается неизменным — глубоко личным и надежно защищенным от окружающих. Мы

можем устраивать какое угодно шоу для других людей, но при этом остаемся неизменно верными собственной программе.

Понятия и представления

Приведенные примеры поведения представителей разных наций имеют уходящие в глубины культуры традиции. Несмотря на это, мы в состоянии легко пережить чужие манеры, не компрометируя собственных принципиальных взглядов на жизнь. Действиям нетрудно подражать, до некоторой степени можно имитировать даже некоторые особенности речи, но мысли — это совсем другое дело. Мысли нельзя увидеть и невозможно услышать, ими делятся с неохотой, передают превратно или вообще только делают вид, что говорят правду. Кросс-культурные проблемы возникают не потому, что мы не умеем кланяться, пожимать плечами, как французы, или есть палочками. Существуют определенные понятия и представления, которые являются общими для всех культур. Испанцу не нужно объяснять, что такое честь, японец — образец вежливости, шведы, немцы и англичане — все убеждены в своей честности. Честь, долг, ответственность, любовь, справедливость, благодарность и месть — это важнейшие принципы жизни для немца, китайца, араба или полинезийца. Житель Тасмании понимает, что такое долг, так же хорошо, как и житель Гренландии. Если учесть размер нашей планеты, долгую историю человечества и безмерное разнообразие культур, то нельзя не удивиться тому, как много общих понятий одинаково прочно укоренилось в столь разных обществах. Однако мы часто упускаем из виду тот факт, что у каждого народа существуют свои собственные представления об этих универсальных понятиях. Романтическая любовь по-разному понимается во Франции и в Финляндии, а английское представление о мести имеет мало общего с сицилийским.

Мы охотно признаем, что многообразие культур безгранично и поразительно. Возьмем крайний случай: барьеры на пути общения и взаимопонимания между эскимосом и нигерийским пастухом могут оказаться непреодолимыми. О чем им говорить друг с другом, если они вышли из таких разных культур и имеют столь разное происхождение? Скорее всего, ни один из них ничего не знает о политическом устройстве и структуре общества, в котором живет его собеседник; едва ли они представляют себе совершенно иной климат; религии, табу, ценности, ожидания, огорчения и стиль жизни — всё диаметрально противоположно. Число тем для обсуждения (если они вообще смогут найти способ общения) будет близко к нулю.

Индейцы навахо с их нуклеарным построением речи¹, зулусы, различающие 39 оттенков зеленого цвета, эскимосы, способные назвать до 42 типов

¹ Нуклеарное построение речи (англ. Nuclear concept of speech) — строение речи, при котором глагольное сказуемое является центром всего предложения, а имена — приложениями к нему. Для языка навахо также характерно образование высказываний с помощью видоизменения лексических единиц и элементарных предложений первичного (ядерного) набора.

снега, австралийские аборигены со своим «временем сновидений»¹, саамы с их восемью временами года — все эти народы хранят подлинные сокровища культуры, поразительные прозрения, уникальные структуры речи и типы мышления, которые захватывают и завораживают тех из нас, кто находит время для их изучения. Мы наблюдаем мировоззрения этнических культур, учимся и даже можем понять некоторые из концепций, но в душе-то знаем, что нас не обманешь. В большей или меньшей степени, но мы твердо осознаем, чем мы от них отличаемся. Просто эти люди живут в своем мире, а мы — в своем.

Ближе к дому

В «нашем» мире живут те, кто нам ближе. У них тоже современная цивилизация, многопартийная система, развитая индустрия, акции и фондовые рынки. Их одежда похожа на нашу. И вроде бы у нас с ними одни и те же понятия и ценности, тем не менее почему-то немцы и французы не всегда ладят. В Бельгии одна половина страны не любит другую половину. Японцы и китайцы как минимум настороженно относятся друг к другу, соседи шведы и норвежцы чуть ли не огрызаются друг на друга, а о взаимной неприязни «двоюродных родственников» — англичан и американцев — уже написано более чем достаточно.

Правда

Общие принципы и понятия ясны как божий день, а вот представления о них и их толкование могут быть самыми разными. Немцы верят, что абсолютная, стопроцентная правда пусть иногда будет и не очень приятна, но сможет помочь участникам процесса прийти к успешному завершению бизнес-встречи. «Die Wahrheit ist die Wahrheit»², — говорят немцы. «Не совсем так, — возразят китайцы, — абсолютной истины не существует». И обе эти противоположные точки зрения могут оказаться правильными. Многие американцы, норвежцы и финны согласятся с немцами, а большинство жителей Востока и многие итальянцы встанут на сторону китайцев.

В Германии, Швеции и Финляндии, где многим людям безразлично мнение собственных соседей, общественный конформизм сдерживает желание индивида относиться к точности и достоверности так, как ему вздумается. Французы, итальянцы и другие представители романских народов не славятся прямоотой и беспристрастностью, потому что эти качества могут негативно

¹ «Время сновидений» (*англ.* dreamtime) — мифологическое прошлое, в котором легендарные предки создали и заселили мир. Его события могут переживаться в коллективных снах, которые аборигены пытаются истолковать применительно к настоящему. Таким образом, «время сновидений» замкнуто и совмещает в себе как прошлое, так и будущее.

² Правда — это правда (*нем.*).

повлиять на легкость общения, которая так ценится в их культурах. В Японии, где никто не может позволить себе пойти на открытый конфликт или «потерять лицо», правда — весьма опасное понятие. В Азии, Африке и Южной Америке стремление к справедливости и объективности может разрушить гармонию и серьезно испортить отношения между людьми, компаниями и даже целыми слоями общества. Лишь на всем континенте Австралии люди привыкли называть вещи своими именами, но и здесь правда может вызвать разочарование и привести к мордобою.

Контракты и этика

Глобализация бизнеса заставляет менеджеров разных культур чаще объединяться вокруг одного стола, и мы, анализируя концепции и ценности, всё больше убеждаемся в том, что почти ничего нельзя воспринимать как данность. Так, слово «контракт» легко переводится с одного языка на другой, но точно так же, как и слово «правда», имеет множество толкований. Для жителей Швейцарии, Скандинавских стран, США или Великобритании это некий подписанный документ, условия которого необходимо соблюдать. Подписи сторон делают их решение окончательным и бесповоротным. Однако японский бизнесмен рассматривает контракт как начальный, рабочий документ, который может быть скорректирован или переписан в зависимости от изменения обстоятельств. Житель Южной Америки убежден, что контракт — это недостижимый идеал, условия его вряд ли будут выполнены, и именно в этом люди подписываются во избежание лишних споров.

Представители большинства культур считают себя этичными людьми, но их этические представления могут оказаться прямо противоположными. Американцы называют японцев неэтичными, если те нарушают условия контракта. Японцы же обвиняют в неэтичности американскую сторону, настаивающую на соблюдении условий договора тогда, когда обстоятельства изменились. У итальянцев очень гибкий подход к тому, что считать этичным, а что неэтичным, именно поэтому северные европейцы зачастую ставят под сомнение итальянскую честность. Когда итальянцы переписывают правила под себя или обходят законы и постановления, они просто считают, что они не такие идеалисты, как, скажем, швейцарцы, и обосновывают свою позицию тем, что исходят из реального положения вещей. Они не считают себя коррумпированными или аморальными и не признают, что совершили что-то противозаконное. Существует немало «серых зон», в которых «срезание углов» является в глазах итальянцев единственно разумным способом поведения. В стране, где огромный бюрократический аппарат может на много месяцев парализовать любое начинание, заискивание перед чиновником — вопрос исключительно здравого смысла.

Здравый смысл

С понятием «здравый смысл» следует обращаться осторожно, ибо он может оказаться не настолько здравым, как кажется. Британские словари определяют это выражение как «заклучение, полученное в большей степени опытным, а не теоретическим путем»; американские словари пишут, что это «здоровое и благоразумное, но при этом простецкое и незамысловатое заключение». Ученые с опаской относятся к здравому смыслу, который может выдать результаты исследований зачастую за много месяцев до проведения научных экспериментов. Однако не следует надеяться на то, что эта мудрость «быстрой сборки» объединит нашу многонациональную толпу. Здравый смысл при всей своей незамысловатости и простоте не может быть однозначным. Он вырабатывается опытом, а опыт напрямую связан с культурой. В Германии и Швеции здравый смысл заставляет людей выстраиваться в очередь при посадке в автобус. В Неаполе и Рио-де-Жанейро здравый смысл подсказывает, что в автобус надо успеть сесть первым. Казалось бы, что здравый смысл должен заставить японцев отказаться от китайской письменности, которая не подходит их языку и дается их детям ценой десяти лет напряженных занятий, однако они до сих пор пользуются иероглифами.

Сплетни

Слово «сплетни» носит негативный оттенок в Северной Европе и едва ли имеет добрую репутацию в англосаксонском мире. Но сплетни значат для нас гораздо больше, чем мы во многих случаях готовы признать. В деловых кругах многих стран это жизненно важный источник информации. В Испании, Италии, Бразилии и Японии сплетни преподносят свежую информацию, опережающую факты и статистику. В этих странах сплетни дают политическое обоснование решений, принимаемых в мире бизнеса, и облегчают бесценный обмен мнениями среди тех, кто не встречается в официальной обстановке. Кафе Мадрида и Лиссабона переполнены деловыми людьми, вся Центральная и Южная Америка общается, социализируется и занимается нетворкингом¹ до часу или двух ночи.

Коридоры власти в Брюсселе, где сплетаются европейские политика и бизнес, гудят от сплетен. И те европейские страны, которые лишены доступа к этому «рассаднику» информации, оказываются в весьма невыгодном положении.

Судя по всему, сплетни для нас только полезны, потому что они, так сказать, идут в ногу с процессом эволюции. Профессор Лондонского университетского колледжа Робин Данбар (*Robin Dunbar*) отмечает, что, поскольку люди живут в гораздо более многочисленных, чем другие приматы, группах, язык, веро-

¹ Нетворкинг (от *англ.* networking — построение связей, знакомств) — это процесс, заключающийся в поиске, развитии и поддержании отношений, в которых взаимный обмен информацией и опытом способствует развитию и достижению успеха вовлеченных в него людей.

ятно, играл роль социального клея, который связывал всех нас вместе. Хотя некоторые животные достаточно эффективно общаются малыми группами, они едва ли в состоянии сплетничать, то есть обсуждать действия третьей стороны. Именно эта способность позволяет нам образовывать рабочие группы количеством до 150 человек. Как раз столько людей насчитывалось в древних «кланах», вооруженных военных формированиях (ротах). Любопытно, что именно это количество сотрудников является оптимальным для современных компаний. Когда штат сотрудников компании превышает это магическое число, то, чтобы не снизилась управляемость, приходится организовывать департаменты и отделы. Обостренный интерес к тому, что делают другие люди, получение от своей «группы» последних новостей о действиях третьей стороны расширяют сферу нашего общения и влияния, позволяя продумать собственную позицию и адекватную ответную реакцию. Так что как ни крути, а романские народы, греки и арабы все-таки знают, что делают!

Молчание

Молчание можно интерпретировать по-разному. Американскому, французскому, немецкому, южноевропейскому и арабскому руководителю молчание в ответ на деловое предложение покажется негативным признаком. В таких непохожих друг на друга странах, как США, Перу и Кувейт, разговор воспринимается как двусторонний процесс, во время которого один участник начинает говорить, когда другой замолкает. Пауза между высказываниями в Британии и Германии длится две-три секунды, в Кувейте и Греции — еще меньше, а во Франции, Италии и Америке паузы почти незаметны. Тем не менее для жителей Восточной Азии и Финляндии ответное молчание не означает ничего предосудительного. «Кто знает — молчит, а тот, кто говорит, — не знает», — гласит китайская поговорка. В этих странах молчание *не* означает прекращение коммуникации, а, напротив, является необходимой частью социального общения. Важным считается то, что **не высказано**, паузы в разговоре воспринимаются дружелюбно, с пониманием и как возможность немного передохнуть. Молчание означает, что вы слушаете и размышляете, многословие же воспринимается как умничанье или даже как проявление эгоизма и высокомерия. Молчание защищает вашу индивидуальность и независимость, оно также свидетельствует об уважении к личности собеседника. В Финляндии и Японии считается невежливым навязывать свое мнение другим, более уместно там кивать в знак согласия, хранить спокойную улыбку, избегать самоуверенных заявлений и разногласий.

Мощные барьеры сознания

С развитием международной торговли и глобальных связей в области науки и политики многие ученые, мультинациональные организации и даже прави-

тельства разных стран прикладывают всё больше сил на то, чтобы углубить взаимопонимание и наладить диалог. Всё очевиднее становится то, что для достижения этой цели необходимо не только еще более широкомасштабное изучение иностранных языков, но и симпатия и понимание чужих обычаев, обществ и культур. Было создано множество двусторонних и многосторонних международных организаций; кадровые отделы и учебные центры многих крупных корпораций вложили внушительные деньги в проведение кросс-культурных и интернационализационных программ и брифингов для сотрудников, которые должны представлять свои организации за рубежом.

Я хочу поднять вопрос о том, приведут ли в конечном счете кросс-культурные тренинги и стремление адаптироваться к желаемым результатам, даже если мы будем учитывать сильную взаимосвязь языка и мышления. Я далек от того, чтобы говорить о бесполезности кросс-культурных тренингов, напротив, я горячий сторонник их проведения, но тем не менее я хотел бы «пойти от противного» и рассмотреть, как барьеры в сознании снижают способность к изменению наших взглядов и восприимчивость новых подходов.

С детства мы развиваемся под влиянием множества различных факторов, среди которых не последнюю роль играют поведение и наставления родителей, учителей и общества в целом. Но мы, как и наши наставники, постоянно находимся под глубоким и властным «воздействием» нашего языка.

Многие лингвисты разделяют гипотезу антрополога Бенджамина Уорфа о том, что язык, на котором мы говорим, не только выражает наши мысли, но и в значительной степени определяет их. Иными словами, японец и немец ведут себя так, а не иначе прежде всего потому, что мысли каждого из них находятся под влиянием того языка, на котором они мыслят. Испанец видит мир иначе, чем житель Британии, поскольку один мыслит на испанском, а другой — на английском. Обитатели Британских островов живут и действуют определенным образом потому, что их мысли «бегут по англосаксонской колее», которая совсем не совпадает с неороманской, японской или китайской «колеями».

Англичанин, немец и эскимос могут пережить одно и то же событие, но переживания представляют собой калейдоскоп впечатлений до тех пор, пока их не упорядочит ум. А ум делает это при помощи языка. Поэтому в конечном счете эти три человека видят три разные вещи. То, что британец называет «честной игрой» (*fair play*), для немца может оказаться чем-то другим, поскольку ему надо облечь это понятие в другие слова, а в обществе, где нет традиции организованных игр, это выражение и вовсе теряет смысл.

Англичанин и зулус

Если вы находите понятие «честной игры» слишком абстрактным, я проиллюстрирую свою мысль на другом примере, где одно и то же весьма простое понятие воспринимается совершенно по-разному двумя людьми с абсолютно

различным культурным багажом. Возьмем, к примеру, англичанина и зулуса. Несмотря на очевидное глубокое расхождение между их культурами, в данном случае определяющим фактором является язык.

Как я уже упоминал, в языке зулусов существует 39 слов для обозначения зеленого цвета. Мне было интересно, как они умудрились создать 39 понятий, состоящих из одного слова и обозначающих зеленый цвет, в то время как у англичан есть только одно слово.

Я довольно долго обсуждал этот вопрос с бывшим зулусским вождем, защитившим докторскую диссертацию по филологии в Оксфорде. Прежде всего он объяснил мне, зачем зулусам потребовалось 39 слов для обозначения зеленого. Во времена, когда еще не существовало автомобильного транспорта и федеральных автотрасс, зулусам часто приходилось совершать долгие переходы по зеленой саванне. Тогда не было ни карт, ни дорожных указателей, описание длинных маршрутов можно было получить лишь от тех, кто по ним уже прошел. И язык сам адаптировался к нуждам людей, которые на нем говорили. Англичане с легкостью оперируют такими понятиями, как «дедлайн по контракту» или «фьючерсы». Несмотря на это, африканцам и американским индейцам английский язык кажется бедным и недостаточно описательным. Их языки позволяют с помощью богатой лексики и удивительно логично описывать сущность природы, причинности, цикличности явлений, длительности и результата.

«Приведи несколько примеров из вашей «зеленой» лексики», — попросил я моего друга зулуса. Тот поднял лист с земли и задал вопрос: «Какого он цвета?» — «Зеленого», — ответил я. Светило солнце. Он подождал, пока его закроет облако, и спросил: «Какого цвета сейчас листок?» — «Зеленого», — повторил я, уже предчувствуя свою несостоятельность. «Но ведь это уже другой зеленый, верно?» — «Да, другой». — «В зулусском языке для него есть особое название. — Он обмакнул лист в воду и показал мне. — Цвет изменился?» — «Да». — «В зулусском языке есть слово, обозначающее “зелено-блестяще-мокрый”». Вновь выглянуло солнце, и я понял, что мне нужно уже другое определение («зелено-блестяще-мокрый-в-лучах-солнца!»). Мой собеседник, держа в руке листок, отошел на 7 метров, показал мне лист и спросил, не изменился ли цвет. «Да!» — закричал я. «И для него у нас есть особое слово», — молвил он с улыбкой. Затем он рассказал мне, что у зулусов есть обозначение цвета листвы дерева, листьев кустарника, листьев, дрожащих на ветру, а также зеленого цвета реки, лужи, ствола дерева, крокодила... Так он без труда перечислил все 39 названий оттенков зеленого цвета.

Скованные языком

Было очевидно, что я и мой зулусский собеседник смотрели на мир разными глазами. Но дело было даже не в глазах. Каким бы «международным», мультикультурным и всезнающим я ни старался быть, я не был в состоянии воспри-

нимать и чувствовать мир так же, как он, **потому что у меня не было для этого языковых средств**. Я мог знать обычаи, предпочтения и табу его племени, мог даже перейти в его веру и принять его философию, но только изучение его языка позволило бы мне сбросить оковы родного языка (в отношении способности описывать мир) и воспринимать реальность столь же полно, как он.

Как два глаза дают нам стереоскопическое зрение и чувство глубины, так и мышление на двух языках открывает перед нами дополнительные измерения реальности. В этом отношении показателен пример живущих в Швеции двуязычных финнов. И если французский язык (у которого очень много общего с английским) дает британцу, может быть, дополнительные 10% нюансов миропонимания, то при изучении «примитивного» языка, совершенно отличного от нашего, со своей логикой и набором допущений, мы можем открыть такие вещи, какие нам и не снились!

Трудности перевода

Греки — первый народ, основательно исследовавший человеческое мышление и его логику, — признали язык универсальным и незаменимым элементом разума. Они полагали, что это явление свойственно всем представителям человеческого рода, и были убеждены, что для образованного человека язык становится стандартом при сравнении идей, опыта и реальности. Они также предполагали, что любую мысль можно легко перевести с одного языка на другой. Что справедливо, но до определенной степени.

Тот, кто изучал иностранные языки в школе, наверняка замечал, с каким трудом иные учителя переводили на английский такие слова, как *panache*¹, *esprit de corps*², *Gemutlichkeit*³ и *Zeitgeist*⁴. Переводчикам ООН ежедневно приходится преодолевать подобные сложности даже при работе с родственными языками. В одном задокументированном случае на английском языке было сказано «я допускаю» (I assume), что перевели на французский как «я делаю вывод», а это, в свою очередь, в переводе с французского на русский превратилось в «я считаю» (I consider), после чего изначальный смысл предположения был окончательно утерян!

Разные миры

Если подобное могло произойти при переводе с трех близких индоевропейских языков, то два столь далеких друг от друга языка, как английский и навахо, должны находиться в буквальном смысле в двух разных мирах. Думаю, для

¹ Плюмаж, в современном языке чаще щегольство, выразительность, своеобразие (фр.).

² Корпоративный дух, чувство плеча (фр.).

³ Уют (нем.).

⁴ Дух времени (нем.).

деловых людей очень важно четко представлять себе, что подразумевает выражение «в разных мирах». Далеко не все наблюдатели, сталкиваясь с одной и той же объективной реальностью, приходят к одной и той же картине вселенной, а только те из них, кто говорит на близких или не очень отдаленных друг от друга языках. Если английский, французский, немецкий, русский и другие индоевропейские языки более или менее сопоставимы (пусть и не всегда в удачном переводе), то что же нам делать с китайским, индонезийским, финским и японским языками? Если структура языка влияет на восприятие реальности и поведение в отношении окружающего мира, значит, можно столкнуться с людьми, которые видят мир по-сино-тибетски, по-полинезийски, по-алтайски, по-японски, то есть по-разному, и ведут себя соответственно.

Мысль — это внутренний язык

Существует немало научных подтверждений гипотезы о том, что высшие мыслительные процессы обуславливаются языком. Язык можно рассматривать как внутреннюю речь. Большинство из нас произносит про себя внутренний монолог, часто сопровождающийся рядом зрительных образов. Чем более начитан и образован человек, тем сложнее и изощреннее его внутренний монолог, и, без сомнения, большая часть этого монолога облечена в слова, произносимые про себя или вслух.

Можно предположить, что немецкий, итальянский и малайзийский бизнесмены делают то же самое на своем родном языке. Когда они говорят, мы наблюдаем лишь вершину айсберга их мыслительной активности, большая часть которой никогда не будет озвучена. Если вы считаете это предположение резонным, то можете сделать следующее допущение: всё, что вам говорят, является бледной проекцией внутреннего мира мыслей вашего собеседника. Эта речь может быть грамматически безукоризненной или, наоборот, безграмотной донельзя, но она всегда транслирует представления этого человека о реальности, которая, в свою очередь, жестко обусловлена структурой его или ее родного языка. Эти рассуждения начинают казаться всё более запутанными, поэтому, чтобы прояснить мысль, приведем несколько примеров.

Немецкий — это строго дисциплинированный и логичный, очень деловой язык, часто с длинными составными словами, выражающими сложные значения. Можно ожидать, что внутренний монолог немца будет скорее серьезным, чем небрежным или непродуманным. Этот монолог будет сосредоточен на важных проблемах, и вербализированные мысли будут какими угодно, но не легкомысленными.

Сравним этот внутренний монолог с монологом его американского соседа. В американском английском переплелись характер и история молодой страны США. Американская речь, точно так же как и образ мысли, подвижна и меркантильна, она полна юмора и расслаблена, в ней происходят мгновенные переключения между поиском выгоды и согласием пойти на компромисс. Немец

может всерьез воспринимать американца даже тогда, когда тот и не стремится таковым показаться. Затрудняет взаимопонимание и то, что американский английский сильно засорен клише из серии «разговоры крутых парней». Такие выражения, как *gotta deal*¹, *gotta be jokin*², *no way*³, *full of shit*⁴, *over the top*⁵, *you can't do this to me*⁶ и *give away the store*⁷, весьма отдаленно передают, что на самом деле думает американец, они всего лишь представляют собой вербальные аварийные выходы, ведущие на территорию упрощенного анализа и выбора решений, которые совсем не обязательно идут им самим на пользу.

Британцы злоупотребляют другими клише, выражающими мысль крайне неопределенно и созданными словно для того, чтобы передать собеседникам-иностранцам или вообще ничего, или крайне мало. Среди них немало выражений, заимствованных из спорта: *fair play*, *sticky wicket*⁸, *a good innings*⁹, *good show*¹⁰, *bad news*¹¹, *not on*¹², *a bit thick*¹³.

Свои особенности есть и у внутреннего монолога французов. Французы более критично, чем кто бы то ни было, анализируют свою вселенную, стараясь рассуждать о ней ясно и отчетливо. Они всегда знают, куда идут и чего хотят. Их аналитический словарь приспособлен к быстрым движениям мысли и лишен «мутных» слов, что делает их суждения прямыми и решительными. Их безжалостное следование логике часто раздражает англосаксонских и японских партнеров, привыкших идти к решению «на ощупь».

Внутренний монолог испаноговорящего человека можно характеризовать как приземленный, эмоциональный и многословный. Огромный словарный запас и множество уменьшительно-ласкательных форм (которые характерны также для итальянского и португальского языков) позволяют испанцу говорить в теплой, приятельской манере, свидетельствуя о его широкой натуре и искренности. Однако не следует рассматривать эту теплоту как признак того, что испанца легко обмануть.

Японцам труднее, чем остальным, перейти от внутреннего монолога к устным высказываниям. Их мысль напряженно трудится над тем, как добиться

¹ Иметь дело (амер. жарг.).

² Ты шутишь! (амер. жарг.)

³ Никогда! (амер. жарг.)

⁴ Вранье (амер. жарг.).

⁵ Слишком (амер. жарг.).

⁶ Как ты мог? (амер. жарг.)

⁷ Всё рассказать, отдать даром (амер. жарг.).

⁸ Затруднительное положение (англ.).

⁹ Полоса везения (англ.).

¹⁰ Прекрасно (англ.).

¹¹ Плохие новости (англ.).

¹² Не идет (англ.).

¹³ Тупой, глупый (англ.).

выгоды и при этом соблюсти рамки приличия. Их внутренний монолог крайне вежлив, поскольку обращен к другим людям. Однако языковые механизмы вежливости делают их высказывания настолько расплывчатыми, что их смысл может потонуть в тумане подчеркнутой учтивости. Кроме этого, огромный набор хонорификов, окончаний и суффиксов, диктуемых представлениями о вежливости и используемых в общении между самими японцами, не поддается переводу на другие языки, поэтому разговоры японцев с их иностранными коллегами становятся ужасно банальными при всей их грамматической правильности.

Юмор без границ

Говорят, что юмор с трудом пересекает национальные границы, особенно в направлении с запада на восток. Если мы попытаемся проанализировать это явление, то обнаружим, что у него существуют некоторые закономерности. Во-первых, совершенно очевидно, что сама жертва юмористических нападок вряд ли усмотрит в них что-то веселое. Французские анекдоты, изображающие бельгийцев в виде туповатых простофиль, не пользуются большой популярностью в Брюсселе. Голландцам не нравятся анекдоты, которые, в свою очередь, рассказывают о них бельгийцы.

Во-вторых, неспособность оценить иностранную шутку совсем не обязательно объясняется тем, кто именно жертва этой шутки. Серьезный и внимательный к фактам немец не упадет от смеха от американских шуток над техасцами, которые часто строятся на преувеличениях. Анекдот, в котором мексиканец жмет на газ своего авто все 24 часа в сутки, но потом замечает, что всё еще не выбрался из Техаса, поражает воображение американца, но немцу кажется надуманным. Немец может ответить: «Ему надо было ехать на немецком автомобиле». Этот ответ сочтут очень остроумным в Германии и довольно неплохим в Англии и Скандинавских странах.

Кроме корейцев (которые, кажется, готовы смеяться над любыми шутками), на Востоке мало кого забавляет американский и зачастую европейский юмор. Конфуцианское и буддистское уважение к понятиям правдолюбия, искренности, доброты и вежливости автоматически исключает такие формы юмора, как сарказм, сатира, гипербола и пародия. На Востоке не пользуются популярностью шутки на тему религии, секса и бесправия меньшинств. Нездоровый или черный юмор там совершенно исключен.

«Так что же остается?» — спросите вы. Восточный юмор, по крайней мере тот, который мы понимаем, построен на тонких, вежливых и непрямых укорах и упреках, зачастую делающих посмешищем самого слушателя, но хитро, неагрессивно, оставляя место для ответа и не роняя чужого достоинства. Даже более жесткие и иногда вульгарные корейцы очень заботятся о том, чтобы не задеть достоинство или положение слушателя. Китайцы известны своими афоризмами и поговорками: так же как и индусам, им очень нравится юмор

сравнений и притч. Нам такие шутки кажутся весьма относительно смешными, хотя в них присутствуют мудрость, моралистика и своеобразный угол зрения.

Существует ли «национальный стиль» юмора? Прежде чем ответить на этот вопрос, надо признать **факт существования** интернационального юмора, то есть определенного вида юмора и шуток, которые нравятся во всем мире. Именно таков, например, фарс — вид юмора, давно известный европейским, американским, африканским и азиатским народам. Особенно популярен он на японском телевидении. Существует также немало анекдотов, которые пересказывают во многих странах, такие, например, как спор о том, кому первым прыгать из самолета, или шутки о слонах, ресторанные шутки и уморительные шутки о гольфистах.

Но даже в интернациональном юморе слышны национальные отголоски. Вот, к примеру, старый анекдот о журналистах, которые организовали конкурс на лучшую статью про слонов. Заголовки были следующие:

- Англичанин* «Охота на слонов в британской Восточной Африке».
- Француз* «Любовная жизнь слонов».
- Немец* «Происхождение и развитие индийского слона между 1200 и 1950 гг.».
(600 страниц).
- Американец* «О разведении более крупных и сильных слонов».
- Русский* «О том, как мы запустили слона на Луну».
- Швед* «Слоны и государство социальной ответственности».
- Испанец* «Техника боя слонов».
- Индус* «Слоны как средство передвижения до появления железных дорог».
- Финн* «Что слоны думают о финнах».

Эта шутка, родившаяся, вероятно, в кулуарах какой-нибудь журналистской конференции, обыгрывает различные национальные *faiblesses*, или слабости: французскую страстность, немецкую серьезность, американскую хвастливость, британский колониализм и т.д. Кульминационная точка анекдота — финская озабоченность тем, что о них думают остальные. В Хельсинки добавили следующую концовку — заголовок норвежца «Норвегия и норвежские горы». Финны, шведы и датчане находят эту альтернативную концовку совершенно уморительной. Норвежцы, считающие себя остроумным народом, не видят в ней ничего смешного. На самом деле **они ее просто не понимают**. А вы?

Юмор в бизнесе

По мере глобализации торговли деловые люди встречаются в международном бизнесе всё чаще, и это дает им повод думать, что они начинают понимать друг друга лучше. Совершенно естественно, что, когда у людей складываются более

близкие отношения, они начинают общаться более расслабленно и непринужденно. Хорошим началом разговора для них может послужить рассказ о забавном случае, во время которого рассказчик испытал неудобство или попал в неловкую ситуацию. Вскоре за этим может последовать выпад против «общего врага».

Юмор в бизнесе популярен во многих европейских странах, хотя среди романских народов он меньше в ходу, чем у северных европейцев, для которых он является важным средством, помогающим растопить холод формальности в начале разговора. Возможно, испанцы, португальцы и итальянцы не страдают от холода формальности, их живой, склонный к сплетням и откровенный стиль общения сам по себе содержит немалый заряд юмора.

В англосаксонских странах юмор используется систематически. Юмор в Канаде и Новой Зеландии отличается легкостью, в Австралии может быть колким и провокационным. В Соединенных Штатах сарказм, валяние дурака и притворное негодование считаются неотъемлемыми элементами проведения встречи, позволяющими достигнуть большего за короткое время. Ведь время, в конце концов, это деньги. Чаще всего к юмору на бизнес-встречах прибегают, пожалуй, в Соединенном Королевстве. Британцы не выносят скучных и продолжительных встреч и, чтобы скрасить их, используют самые разные формы юмора и тактики, способные разрядить обстановку и отвлечься.

Тем не менее есть два народа, которые избегают шуток и других форм юмора за столом переговоров. Немцы считают юмор неуместным в деловой беседе. По их мнению, бизнес — занятие серьезное, следовательно, к нему надо относиться серьезно, оставив в стороне не имеющие отношения к делу истории и развлечения. Если вы отвлекаетесь от главной темы, то тем самым проявляете неуважение к собеседнику. Они считают, что подшучивать нечестно, так как это привносит путаницу в деловой разговор. Они хотят знать цену, качество, а также время поставки, и поточнее, пожалуйста!

Как только бизнес-встречи закончены, немцы готовы расслабляться и шутить со своими партнерами в барах, ресторанах и дома. Юмор и анекдоты в этих обстоятельствах только приветствуются. Отдыху, деловым беседам и многим другим мероприятиям в Германии отведено строго определенное время.

Японцы также не видят никакой пользы от юмора во время деловой встречи. Они рассмеются, если поймут, что вы рассказали шутку (смысл которой вряд ли будет им понятен), но исключительно из соображений вежливости. Они и без того напрягаются, пытаясь понять то, что вы говорите «по существу», так что любые ваши умные замечания или иронические высказывания могут привести их в замешательство. Всё, что вы говорите, они воспринимают буквально. Разговорные американские выражения наподобие «Вы меня убиваете» или «Повторите это еще раз, и меня здесь не будет» приводят японских партнеров в ужас. Однажды во время переговоров американский бизнесмен заявил, что некое условие договора может (в приблизительно-

ном переводе) «пустить дело ко дну» (blow the deal out of the water). Его попросили уточнить, о каком дне он говорит.

Конечно, использование юмора в международных переговорах может принести безусловную пользу — растопить лед формальности, ускорить ход обсуждения, вывести из тупика, раскрепостить партнера и вызвать доверие к вам как человеку. Однако у юмора есть и обратная сторона, связанная с большим риском. То, что кажется забавным французу, араб может принять за святотатство, ваша любимая, самая смешная история может показаться китайцу совершенно непонятной, а ваш самый невинный анекдот может серьезно обидеть турка. Культурные и религиозные различия приводят к тому, что одной и той же шутке смеются далеко не все. Кто может с уверенностью утверждать, что на самом деле является смешным? Если все ценности относительны и обусловлены культурой, то юмор, терпимость и даже сама истина не являются исключением. Следует помнить, что в Азии довольно часто смех является проявлением смущения, нервозности или даже презрения.

Принять в расчет

Тем, кто работает в международном бизнесе, не удастся обойти стороной суть дела (*the bottom line* — хорошее американское выражение), то есть упомянутые до этого соображения. Картина мира меняется от одного языка к другому, а деловое поведение меняется вслед за ней. Не существует единого метафизического хранилища человеческой мысли или норм поведения. Различные языки передают различные «сегменты опыта», и мы ничего с этим не можем поделать. Единственное, что мы можем, — это изучить как можно больше языков. По крайней мере, если мы осознаем культурные различия и будем уважать их, нам легче будет выйти на тот уровень коммуникации, который позволяет различие наших менталитетов.