

М. В. Силантьева³**МЕНТАЛЬНО-СИМВОЛИЧЕСКОЕ ПРЕОДОЛЕНИЕ БАРЬЕРА «СВОЙ–ЧУЖОЙ» КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЙ ОСВОЕНИЯ ИНОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА**

В настоящее время вектор партнерских политических и экономических симпатий в нашей стране явно смещается в сторону восточных соседей, прежде всего — партнеров по АТЭС. Тому есть множество причин, но главная из них лежит на поверхности: это наличие протяженной общей границы с Китаем — одним из ключевых членов данного объединения (имеющего в своем составе, как известно, 21 страну, преимущественно «с береговой линией у Тихого океана», — включая США). Заинтересованность России в развитии Сибири и Дальнего Востока создает условия для взаимовыгодного сотрудничества, которое по понятным причинам является более предпочтительным, чем недоверие и конфронтация. Другой важный фактор, толкающий Россию в сторону восточноазиатского «центра силы» в современных международных отношениях (где тон задают именно эти страны)⁴, — это позиция консолидированного «Запада», отличающаяся в лучшем случае недоверчивой осторожностью по адресу «русской цивилизации»⁵. А в худшем речь может идти о динамичном цивилизационном отталкивании, основанном на признании несоизмеримости цивилизацион-

ных моделей обеими сторонами российско-атлантического диалога⁶. При этом следует четко понимать, что культурные границы данных моделей определяются не только «внешними» демаркационными линиями (политическими, экономическими, социально-правовыми укладами, исторически сложившимися «в разных форматах»). Необходимо также иметь в виду разницу «внутреннюю» — между аксиологическими (этическими, религиозными, эстетическими и другими) «системами координат», принятыми на вооружение соответственно «Западом» и «Москвой».

Как минимум, наличие существенной разницы в трактовках ценностных оснований культуры наблюдается на уровне лингвистических и лингвокультурных констатаций, согласно которым «Запад» относится к низкоконтекстным культурам, а Россия — к высококонтекстным.

Можно, конечно, порассуждать на тему о том, насколько вообще подобная градация совпадает с реальным положением дел и не связана с социально-образовательными *культурными стратами*, соответствующими общечеловеческому идеалу культурного развития. Тогда в определенном смысле любая культура установит разницу между высококонтекстными «высокими» стратами интеллектуально-властной элиты — и «низкоконтекстными» стратами потребительского уровня (кстати, далеко не всегда совпадающими с «бедными» слоями населения). С другой стороны, культуролого-семантический потенциал русского языка даже в современный период его существования заметно отличается, например, от американского английского, рассмотренного на «параллельном» уровне социальных страт. Русский язык, при всей своей выразительности, будет более склонен к «фигуре умолчания» по целому ряду вопросов, требующих действенного решения. Для американца вопрос «сказать или не сказать», «обсудить или не обсудить» в большинстве случаев просто не встанет. Напротив, «фигура умолчания» будет восприниматься как признак адаптивного невежества, — например, неумения справиться с психологическим дискомфортом, соответствующим диффузной подростковой идентичности.

³ Профессор кафедры философии МГИМО (Университет) МИД РФ, доктор философских наук. Автор более 300 научных публикаций, в т. ч.: «Экзистенциальные проблемы этики творчества Н. Бердяева», «Экзистенциальная диалектика Н. Бердяева как метод современной философии», «Проблемы языка философии и науки эпохи “нового средневековья” в творчестве Н. Бердяева», «Трансцендентальные мосты между временем и вечностью», «Духовный потенциал транзитивных социумов: опыт “включенного наблюдателя”», «Религия как фактор социальной консолидации современного российского общества», «Элитное образование в МГИМО: философско-культурологический подход к проблеме качества», «Философия права в глобализирующемся мире: образовательный проект и общественный заказ» и др. Член Российского философского общества.

⁴ Хотя они и сотрудничают при этом не только с США, но также Австралией и Канадой, входящими в АТЭС.

⁵ Скорее всего, некоего идеологического фантома или геополитического проекта по типу «Москва — Третий Рим», чем реального состояния дел, — имеющего, однако, на сегодняшний день значительный интегративно-политический потенциал в самой РФ (что заставляет относиться к данному проекту с максимальной возможной научной серьезностью). См.: Панарин А. С. Православная цивилизация в глобальном мире. URL: http://www.patriotica.ru/religion/panarin_grav_.html (дата обращения: 06.04.2014).

⁶ Шевцова Л. Одинокая держава. Почему Россия не стала Западом и почему России трудно с Западом. М.: РОССПЕН, 2010.

Таким образом, благодаря сравнению типичных «атлантических» и «русских» черт поведения в поле зрения исследователя оказывается *проблема разницы «семантической дистанции»*, принятой в разных цивилизационных моделях. В одном случае это сокращенное «расстояние понимания», характерное для высококонтекстных культур (именно потому здесь от коммуникаторов не требуется немедленная вербализация каждого «кванта» ситуации взаимодействия). И, напротив, низкоконтекстные культуры связаны с увеличенным «расстоянием понимания» (именно поэтому здесь требуется обсуждение, уточняющее позиции контрагентов общения по каждому сколько-нибудь существенному вопросу). В русском языке существует выражение, очень точно описывающее «столкновение» русского менталитета с низкоконтекстным по отношению к нему способом общения: «простота хуже воровства».

Но насколько американская модель поведения и свойственное ей «расстояние понимания» отличаются от русских аналогов, настолько же отличается от них модель восточная. Только со сдвигом в другую сторону. То есть русская культура оказывается для восточной модели «слишком» низкоконтекстной; и там, где китаец или японец будет «просто молчать», скосив глаза в сторону, русский, подобно «слишком простому» американцу, начнет объяснять вещи, кажущиеся адресату тривиальными или даже неприличными.

По существу, можно говорить об *относительности «шкалы контекстности»*, создающей своеобразную «разность потенциалов» общения с представителями иных цивилизационных моделей со сдвигом в ту или иную сторону. Об этом необходимо помнить, чтобы не обольщаться по поводу возможного «сверхпонимания» особенностей «русской души» со стороны азиатских партнеров. Тем более, что в культурологическом смысле главной чертой этих партнеров считается *прагматизм*¹. В свою очередь, именно прагматизм очень часто вынуждает их к общению даже в тех ситуациях, когда оно в силу каких-то причин эмоционального (или даже рационального) порядка не вызывает особого энтузиазма.

Тем не менее необходимость преодолеть отчужденность, заданную объективными и субъективными обстоятельствами в процессе межкультурной коммуникации, сегодня часто опирается как раз на чувственность, «хорошо просчитанную» стратегиями освоения «чужого» культурного пространства.

Рассмотрим лишь один пример, связанный с разработкой и осуществлением стратегии проникновения на российский рынок товаров из Китайской Народной Республики. Пример тем более показательный, что демографическая проблема в современном Китае все еще остается проблемой. Ее глобальный характер тем более очевиден на фоне специфического вектора экологического поведения этой страны на международном арене (река Амур на сегодняшний день настолько загрязнена фенолами, сбрасываемыми туда производствами с китайской стороны границы, что в районе

Хабаровска местные жители в ней не рискуют не только купаться, — даже опустив палец, можно получить серьезный химический ожог). Уже в силу названных причин не вызывает удивления факт расселения граждан этой страны по всему миру (через такие миграционные «подъемники», как торговля, наука и образование, дешевые (и, добавим, как правило, качественные) рабочие руки, например, в сельском хозяйстве, строительстве и т. д.).

Китайское правительство поддерживает своих мигрантов в том случае, когда они остаются гражданами Китая (в том числе «не по бумагам, а по убеждениям»), создавая максимально благоприятные условия для их проживания в других странах (пример — земельные китайские банки для выкупа земли китайцами, — там, разумеется, где она, при наличии известных ограничений, все-таки наличествует «в свободной продаже», и др.).

Одним из треков подобной поддержки и выступают маркетинговые стратегии, связанные с промышленным дизайном и рекламой. Прежде всего, данные стратегии заинтересованы преодолеть барьер «своей-чужой», выступающий едва ли не ведущим подсознательным механизмом блокирования межкультурного взаимодействия на уровне национального менталитета, — что связано, в том числе, с конкретными социально-политическими событиями, сохранившимися в глубинах исторической памяти народа.

В качестве «растворителя», призванного разрушить названный барьер, выступает определенная эстетическая программа, целью которой является создание не просто нейтрального, но благоприятного и даже привлекательного имиджа китайских товаров для русского покупателя. Примечательно, что первоначальной аудиторией, на которую направлено данное воздействие, выступает женская часть населения, наиболее эмоционально лабильная и вместе с тем невероятно консервативная с точки зрения изначально заложенных в процессе воспитания аксиологических ориентиров. Для латентно осуществляемого снятия подсознательных барьеров здесь используется нарядная одежда, поражающая, с одной стороны, своей необычностью («бросается в глаза», привлекает внимание), а с другой — оказывающаяся «вписанной» в контекст символов, характерных именно для русской культуры, привычных русскому глазу. К числу таких символов на раннем этапе проникновения китайских товаров на российский рынок относятся стилизованные (полуфигуративные-полусимволические) растительные орнаменты (непереплетающиеся ветви с раздвоенными в разные стороны концами и листья бамбука, напоминающие листья ивы), исполненные на текстиле (ткани для мебели, драпировки, шторы; верхняя одежда — пальто, платья, халаты и т. д.). Затем постепенно в семантическое пространство этих образов входят типично китайские символы, непротиворечиво вписывающиеся в заданный контекст, — речь идет об иероглифах, воспроизводящих своим внешним обликом ритмические фигуры описанного выше растительного орнамента. Постепенно таких знаков становится все больше, и они вытесняют исходные растительные

¹ Мартыненко Н. П. Специфика семиотического изучения древнекитайских текстов : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. М., 2007.

символы. «Напряженность» новизны и вместе с тем ее причастность традиционной символической запускает маховик моды, и вот уже едва ли не каждая вторая женщина (любого возраста и комплекции) оказывается облечена в одежду из ткани, непривычным образом сочетающей семантику «своего» и «чужого».

Хорошо бы, конечно, знать — являются ли благожеланиями те символы, которые представлены на подобных невербальных «культурных носителях». Вместе с тем, очевидно, что постепенно происходит, с одной стороны, насыщение рынка подобными товарами (и, как следствие, «усталость» потребителя от примелькавшегося тренда); с другой стороны, данный товар тем самым выполняет свою основную функцию — приучить потенциальных покупателей к возможности присутствия данных знаков и символов в культурном пространстве «своей» повседневности, сделать его обыденным.

Следующий шаг стратегии освоения инокультурного пространства предполагает: 1) перенос найденных решений на иные материальные носители (например, иероглифическое письмо «перемещается» с пальто на сапоги); 2) поиск новых дизайнерских решений (например, сочетание цветовой семантики бледно-зеленого нефрита в экспорте бытовых предметов (чашечек, рюмок, валиков для массажа) с ненавязчивой рекламой достижений китайской медицины в журналах для домохозяек); и 3) освоение новых путей невербальной коммуникации (например, сектора общественного питания путем создания сетей китайских ресторанов и т. д.). Постепенное развитие положительных коннотаций со специфическими приемами приготовления пищи, свойственными китайской кухне благодаря качественной визуальной рекламе, созданию интимных и слегка загадочных интерьеров китайских ресторанов, поддержание там атмосферы доброжелательности и, главное, качественного исполнения блюд с изменением рецептуры применительно к весьма «неострому»

русскому вкусу (при их сравнительной дешевизне) — все это способствует «перестройке» пищевого рефлекса у посетителей таких ресторанов, число которых медленно, но неуклонно возрастает.

Далее «в игру» включаются выставки произведений искусства, концертная деятельность и другие художественные треки, демонстрирующие, во-первых, самобытность Китая; во-вторых, его причастность к древнейшим корням культуры человечества. Сюда же следует отнести интенсивный обмен студенчеством (с российской стороны происходящий в основном в приграничных районах, где для начала определить ребенка в школу, изучающую китайский язык, а затем отправить его на учебу в КНР теперь считается не только престижным, но и жизненно необходимым; с китайской стороны пока что наблюдается интерес в основном к образовательным структурам столичных городов и мегаполисов).

Культурологически корректно предположить, что следующий шаг на путях демонтажа барьера «свой–чужой» со стороны граждан Китая, временно либо постоянно проживающих на территории России, — это создание смешанных семей, — что и происходит сегодня на Дальнем Востоке (пока что в основном в сельской местности). Разумеется, говорить о полном «снятии» культурных границ и в данном случае преждевременно. Однако стоит обратить внимание на описанные пути перераспределения ценностных доминант, характерных для определенных национально-территориальных констелляций. Отсутствие регулирования (разумеется, достаточно тонкого, не «лобового») в этой сфере может привести к ситуации, когда однажды граждане России «проснутся в совсем другой стране». Опасность культурного доминирования со стороны восточных партнеров исходит не меньшая, чем со стороны западных. Преодолеть ее можно только путем такого сотрудничества, которое дает возможность развиваться «своему», а не только плодотворно взаимодействовать с «чужим».