

## ВОСПРИЯТИЕ ПОНЯТИЯ «ВРЕМЯ» В АМЕРИКАНСКОЙ И БРИТАНСКОЙ КУЛЬТУРАХ

Таршилова Александра Михайловна

Магистрант 2 курса

Кафедра немецкого языка

Белгородский государственный научный исследовательский университет

г. Белгород

03oam88@mail.ru

**Аннотация.** В настоящей статье исследуется понятие «время» и его восприятие американской и британской культурами через принадлежность культуры к той или иной оси времени «настоящее-прошедшее-будущее», на основе культурных параметров «долгосрочная/краткосрочная ориентация на будущее», «монохромность/полихромность». Также анализируется отношение ко времени на основе лексики обоих вариантов английского языка, а также грамматики, проводится некоторая параллель с понятием «время» в русской культуре.

**Ключевые слова:** культура, культурные традиции, ось времени, параметр культуры, краткосрочная/долгосрочная ориентация на будущее, монохромность/полихромность, вербальное поведение.

THE PERCEPTION OF THE NOTION "TIME" IN AMERICAN AND BRITISH  
CULTURES

Tarshilova Alexandra Mikhailovna

Candidate for a Master's degree, 2nd year

German language department

Belgorod State Scientific Research University

Belgorod

03oam88@mail.ru

**Annotation.** The article explores the notion “time” and its perception in American and British cultures concerning them through their time axes “past-present-future”, on the basis of cultural dimensions “long/short orientation”, “monochronic and polychronic time”. Also it analyses the reflection of the time perception in lexis of American and British English, in English grammar. Some common points with Russian culture are also in consideration.

**Key words:** culture, cultural traditions, time axis, cultural dimension, long-/short term orientation, monochronic/polychronic time, verbal behavior.

**Введение.** Время – один из наибольших ценностей в современном мире, однако отношение к нему и управлением им – не универсальные понятия. Многие профессионалы, работающие с представителями разных культур, удивляются манере ведения деловых встреч, проектов и в целом всему, что касается делового общения. Различные интерпретации понятия «планирование», важность соблюдения deadline («конечного срока»), отношение к прошлому, настоящему и будущему – аспекты, которые связаны с национальными культурными ценностями народа и, следовательно, воспринимаются каждой культурой совершенно по-разному. Часто в научной литературе, говоря об особенностях английского вербального общения, не делается различие между американской и британской культурой, так как эти две культуры имеют общий язык и общие англо-саксонские корни. Тем не менее, оно существует, и иногда довольно существенное, что отражается в лексике и грамматике.

**Цель работы.** Целью настоящей работы является рассмотрение общих и различных черт в восприятии «времени» в американской и британской культурах, как актуальной проблемы в деловом и неформальном общении, а также отражение понимания времени в лексике и грамматике английского языка.

**Материалы и методы исследования.** Для достижения цели изучаются результаты исследования отношения ко времени на основе категорий: ось времени (Т.С. Самохина), стратегическая ориентация на будущее (Г.Хофстеде (70е годы – настоящее время)) и монохромность и полихромность (Э.Холл (1959)). Для рассмотрения американской культуры используются работы Э.Ланьер (1996), И.А.Стернина (2003), Л.Виссон (2005). К.В. Голубина (2002) и Т.С. Самохина в своих работах проводят сравнительный анализ американской и британской культур. Довольно интересные наблюдения за особенностями британского вербального и невербального поведения модно найти у Э.Майола, Д.Милстеда (1999), а также в статье “Management culture in the UK”, написанной группой экспертов британской компании «Expertise in Labour Mobility» (2011).

## **Результаты исследования и их обсуждение.**

- 1) Отношение к прошлому, настоящему и будущему.

Несмотря на то, что в каждой культуре существует три временных измерения «прошлое», «настоящее» и «будущее», отношение к ним и их понимание различается в зависимости от «возраста» страны и ее культурных традиций. Исследователи, занимающиеся выявлением доминантных черт американского поведения - Э.Ланьер (1996), И.Стернин (2003), К. Голубина (2002) сходятся на том, что американцам свойственна жизненная активность, тяга ко всему новому, мобильность, стремление к успеху, «короткая память» на события прошлого, особенно негативные. С этими чертами напрямую связано их восприятие оси времени «настоящее – будущее». Не следует утрировать и полагать, что американцы не ценят свое прошлое, они, также как и другие страны, культивируют и превозносят свои достижения. Однако идиома “*It’s history*” в

некотором плане несколько пренебрежительное отношение к прошлому.

Если рассматривать Британию, то приверженность традициям является очень характерной чертой этой культуры. Ось «прошлое-настоящее» ценится британцами намного больше, чем «настоящее – будущее»: все знают, что это одна из немногочисленных стран, где сохранился институт монархии, так же как и парламент, которые состоит из Палаты общин (выборный орган) и Палаты Лордов (в состав которого входят люди, исключительно имеющие титул, и место в этой Палате передается по наследству), и эти традиции оберегаются и чтятся [1]. Британцы не могут себе представить, что «*traditional red phone boxes may be painted yellow*» (традиционный красные почтовые ящики могут быть перекрашены в желтый», лондонские улицы - без *double*

-

*decker*

*buses*

(двухэтажные автобусы), а страну - без королевы. Главный аргумент в защиту этой тенденции «

*We've always done it this way*

” [2, с.5].

Эта тенденция, очевидно, существует, так как Америка намного «младше» Британии, потому ориентация на традиции в США намного менее заметна, чем в Британии.

## 2) Стратегическая ориентация на будущее.

В 60-70х году нидерландский социолог Г.Хофстеде, исследуя универсальные параметры культур, выделил такой параметр как *долгосрочная/краткосрочная ориентация на будущее*, то есть постановка долгосрочных задач и целей, планирование наперед выполнения насущных задачи и жизни в целом, желание заглянуть в будущее. Краткосрочная ориентация напрямую связана с таким понятием как конфуцианство, где это был один из основных пунктов [3], поэтому Европейским странам и странам Латинской и Северной Америки, не имеющим данного культурного наследия, свойственно краткосрочное планирование. Но при сравнении США и Британии в таблице Хофстеде [4, с.24] и на графике видно, что и мобильным США и консервативной монархической Британии свойственна ориентация на будущее, однако в Америке ценность будущего культивируется намного больше.

По небольшому опросу, проведенному среди британцев, и как показывают исследования И.А. Стернина обе культуры до мелочей расписывают всю свою неделю, включая выходные [5, с.32], потому что в обеих культурах принято ко всему иметь «деловой подход». Даже поход в гости к американцу может быть запланирован на три недели вперед, если у него имеются какие-либо планы на этот промежуток времени, или если у хозяев принять гостя раньше не получается. Он вряд ли будет что-то менять в своем графике, и настаивать на этом будет невежливо, так как это будет рассматриваться как нарушение концепта "*privacy*". В своей книге Линн Виссон ярко иллюстрирует эту тенденцию: «Приглашение на ланч дома или в ресторане гости могут получить за три недели до встречи, это сейчас общепринято. Американец обязательно оговорит дату, место и время ланча:

*On May 22, three weeks from Tuesday at the French restaurant Chez Jean on the southwest corner of 35th street and Third Avenue at 1:15.*

» [4, с.120]. Также Л. Виссон пишет, что каждый американец верит (или предпочитает верить), что он управляет событиями, а не наоборот, что будущее можно предвидеть и расписать, поэтому планирование наперед для него очень важно. В *New York Times* один американский журналист недавно отметил, что в американском английском языке всегда были особенно популярны слова с приставкой

*pre-*

(in advance):

*precooked meals*

(«готовая еда»),

*prepaid phone card*

(«заранее оплаченная карточка для телефонных разговоров»),

*preboarding at the airport gate*

(«предварительная посадка на самолете детьми и пожилыми людьми») [4, с.121].

Планирование будущего и у британцев, и у американцев, не бывает далеким, бизнес ориентирован на достижение краткосрочных целей. В этом плане обе культуры схожи с русской культурой, что характеризуется поговоркой "*A bird in the hand is worth two in the bush*

" – «

*Лучше синица в руках, чем журавль в небе*

» [1]. Говоря о британской краткосрочной ориентации на будущее, Г. Хофстеде, описывает Лондонскую фондовую биржу – наиболее яркий пример этому параметру: многие компании жалуются, что из-за политики быстрого оборота акций и получения высоких результатов в кратчайшие сроки ЛФБ встает на пути подлинного долгосрочного построения отношений и длинных инвестиционных проектов между компаниями [6].

Важность будущего ярко выражается в вербальном поведении американцев: это они придумали выражения *time management, time budgeting*. Следует заметить, в русском языке слово «бюджет» больше относится к деньгам, а не ко времени. Но в Америке эти 2

понятия «деньги» и «время» приравниваются:

*Time*

*is*

*money*

(

это выражение было впервые сказано Бенджамином Франклином и вскоре перешло в британский вариант английского языка) [7, с.87]. Согласно М. Лебедко, существует около 13 пословиц и фразеологизмов американского происхождения, так или иначе связанных с деньгами:

*Time has a wallet; An inch of time is an inch of gold; Don't waste five-dollar time on a five-cent job*

(recorded in Missouri);

*Time is capital: Invest it wisely*

(recorded in California);

*Seconds are the gold dust of time*

(recorded in Illinois) [8];

*Time is a limited resource; Time is a valuable commodity*

[9, с.8]. Кроме того, слово

*deadline*

- также американское изобретение, нарушение его является серьезным преступлением в любой фирме и влечет за собой суровые последствия. В американском английском также очень много выражений, связанных с

*fast*

:

*fast*

*thinker*

,

*fast*

*learner*

,

*fast*

*food*

,

*fast*

*buck*

(амер.разг. шальные деньги).

Т.С. Самохина, автор книги «Они и мы. Америка, Англия, Россия» утверждает, что во время ее работы в США она обратила внимание на частое использование выражения “*Th*

*ank*

*you*

*for*

*your*

*time*

”, которое она до этого ни разу не слышала в Англии [1]. То есть акцент в американской культуре делается не на оказание какой-либо услуги, а на время, затраченное на нее.

Что касается бизнеса, то здесь напористое поведение американцев часто воспринимается представителями других культур, как *aggressive*. Американцы стремятся сразу переходить к делу без долгих предисловий, что даже для англичан считается невежливым. С точки зрения К. Фокс, автора книги «Наблюдая за англичанами», в британском стиле поведения так называемое “

*polite*

*procrastination*

*rule*

” предписывает начинать переговоры с установления контакта между партнерами (

*small*

*talk*

– короткий диалог о погоде, о том, как партнеры добрались до места переговоров), поскольку, по их мнению “

*It*

,

*s*

*rude*

*to*

*start*

*talking*

*business*

*straightway*

”, за это время можно собраться с мыслями и уж потом перейти к деловой беседе [1].

Что касается пунктуальности, то британцы относятся к этому понятию немного демократичнее, чем американцы, и в целом ею не одержимы. Британцы не воспринимают время как эквивалент денег и могут позволить себе опоздать на неформальную встречу, например, на ланч с другом или в гости. Пять минут вполне позволительно и не вызовет возмущения со стороны ожидающего вас человека [10].

Э.Майол и Д.Милстед, в своей книге «**Эти странные англичане**» отмечают, что **выражение “**

***One second/minute, please*”** может

растянуться и на пять или шесть минут, а ”

*Give*

*me*

*5*

*minutes*

,

*please*

” вполне может означать четверть часа [11].



Однако и британцы, и американцы воспримут опоздание и нарушение установленных сроков как невоспитанность и неуважение к деловому партнеру [1]. Это свидетельствует о важности соблюдения "*privacy*", а именно в данном случае – личного времени оппонента.

### 3) Монохромность и полихромность.

Этот параметр был предложен Э.Холлом в книге "The silent language" (1959) и подразумевает концентрацию на одном деле и последовательность в их выполнении (монохромная культура) или выполнение нескольких дел одновременно (полихромная культура). США и Британия, безусловно, относятся к монохромным культурам, в которых время рассматривается не как неисчерпаемый источник, а как необратимый ценный ресурс, поэтому графики встреч не изменяются, дела делаются по мере их планирования, а не желания человека.

Т.С. Самохина характеризует этот параметр с точки зрения грамматики, а именно согласованием времен в английском языке [1]. Если русское предложение «Мама сказала, что приготовила ланч

» и его английский перевод «

*Mother  
said*

*,  
she  
had  
cooked  
lunch*

», то можно увидеть, что обе части предложения передаются простым временем, тогда как в английском предложении прошедшее время подразделяется на простое прошедшее «

*Mother  
said*

» и на предпрошедшее «

*that  
she  
had  
cooked*

». Разумеется, такое согласование времен вызывает трудности у русского человека при изучении английского языка, у которого в языке всего одна разновидность прошедшего времени, так Россия – культура полихромная, и для русского языка считается вполне нормальным переход из одного временного и смыслового измерения в другой.

**Заключение.** На основе сказанного можно сделать вывод, что обе культуры имеют много общего в восприятии времени, однако следует помнить о различии в культурных традициях обеих стран, исторического наследия и об особенностях американского отношения ко времени, как материального ресурса, что особенно необходимо в процессе построения деловых отношений с представителями этих двух культур.

#### Список литературы

1. Самохина, Т.С. Они и мы. Америка, Англия, Россия. Сравнительный анализ культур и коммуникативного поведения. Пособие по межкультурной коммуникации [электронный ресурс] / Т.С.Самохина. – М.: Изд-во "Р.Валент", <http://vocabul.ru/lib/culture/theyandus/>
2. Голубина, К.В. Лингвострановедение Великобритании и США. Учеб. пособие для студентов 5 курса д/о факультета гум. и приклад. наук./ К.В.Голубина. – М.: МГЛУ, 2002. – 137 с.
3. Hofstede, G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture [электронный ресурс], 2(1), 2011, <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
4. Виссон, Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. Пер. с англ, изд. 3-е, стереотип./Л.Виссон. — М.: Р.Валент, 2005 - 192 с.
5. Американское коммуникативное поведение: Научное издание / Под ред. И.А. Стернина и М.А. Стерниной. - Воронеж: ВГУ-МИОН, 2001. - 224 с.
6. The Hofstede Centre [электронный ресурс], <http://geert-hofstede.com/united-kingdom.htm>
7. Кунин, А.В. Фразеология современного английского языка. / А.В. Кунин. – М.: Феникс+, 2005. – 488с.
8. Mieder, W., Kingsbury, S.A., Harder, K.B. Dictionary of American proverbs. - New York: Oxford University Press, 1992. - 710p.
9. Lakoff, G., Johnson, M. Metaphors we live by./G. Lakoff, M.Johnson. - London: University of Chicago Press, 2003. - 276 p.
10. Management of culture in the UK, [http://www.expatica.co.uk/employment/employment\\_information/Management-Culture-United-Kingdom\\_14559.html](http://www.expatica.co.uk/employment/employment_information/Management-Culture-United-Kingdom_14559.html)

11. Майол, Э., Милстед Д. Эти странные англичане. Пер. с англ. И. Тогоевой  
[электронное издание] / Э. Майол, Д. Милстед. – М.: Эгмонт Россия Лтд.,  
1999. - 72 с., [http://www.booksite.ru/localtxt/eng/lis  
h/man/index.htm](http://www.booksite.ru/localtxt/eng/lis<br/>h/man/index.htm)