

## **INTERKULTURÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ AZ IDEGEN NYELVEK OKTATÁSÁBAN**

BICÁKOVÁ JANA – SEMANOVÁ HEDVIGA  
Technická univerzita v Košiciach, Katedra jazykov,  
Vysokoškolská 4, 040 23 Košice, SR  
www.tuke.sk

**Kivonat:** Az alábbi tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy mi az interkulturális kommunikáció szerepe az idegen nyelveknek egyetemen történő oktatása során és ezzel kapcsolatban milyen feladatok hárulnak az idegen nyelvek oktatóira. A tanulmány szerzői megpróbálják leszűkíteni a témakört azokra a területekre, amelyeken a hallgatók az interkulturális kommunikációval valószínűleg találkozhatnak, így pl. az üzleti tárgyalásokra, projektek kidolgozására, konferencián való részvételre, stb. Az idegen nyelv oktatóinak a feladatkörébe tartozik az is, hogy próbáljanak minél több ismeretet nyújtani – esetleg személyes tapasztalatot átadni – a diákoknak az interkulturális kommunikáció terén, mivel ennek a készségnek az elsajátítása gyakran fontosabb, mint az idegen nyelv tökéletes tudása, és nagyon gyakran előfeltétele egy-egy sikeres üzletkötésnek, sőt a nemzetközi együttműködésnek is. Az interkulturalitás a másik kultúra megismerésén túl magába foglalja az önismeretet is, mert ahogy Habsburg Ottó mondta: „Aki nem tudja, honnan jön, és nem tudja, hová megy, az nem tudja, hol van”.

**Kulcsszavak:** interkulturális kommunikáció, nyelvkontaktus, kommunikációs kontextus, kulturális sztereotípiák.

### **Bevezetés**

Az idegen nyelvek ismerete és megfelelő szintű elsajátítása elengedhetetlen feltétele a sikeres Európa létezésének. A két-, illetve többnyelvűség lehetővé teszi a társadalmi élet különböző területein két vagy több nemzet között a gondolat- és ismeretcsere, melynek az a célja, hogy Európa népei, nemzetiségei, országai sikeresen együttműködjenek, és egymást jobban megismerjék. Ebből az alap gondolatból kiindulva megállapíthatjuk, hogy napjainkban két feladat teljesítése vár az idegen nyelv szakos tanárookra, közülük az első az idegen nyelv tanítása, amely a második feladathoz is kapcsolódik, amely viszont abban rejlik, hogyan tudjuk felhasználni idegen nyelvi ismereteinket egy adott kommunikációs helyzetben. Ebből következik, hogy az idegen nyelv elsajátítása több célt is szolgál, melyek közül jelen tanulmány hangsúlyozni kívánja a következőket:

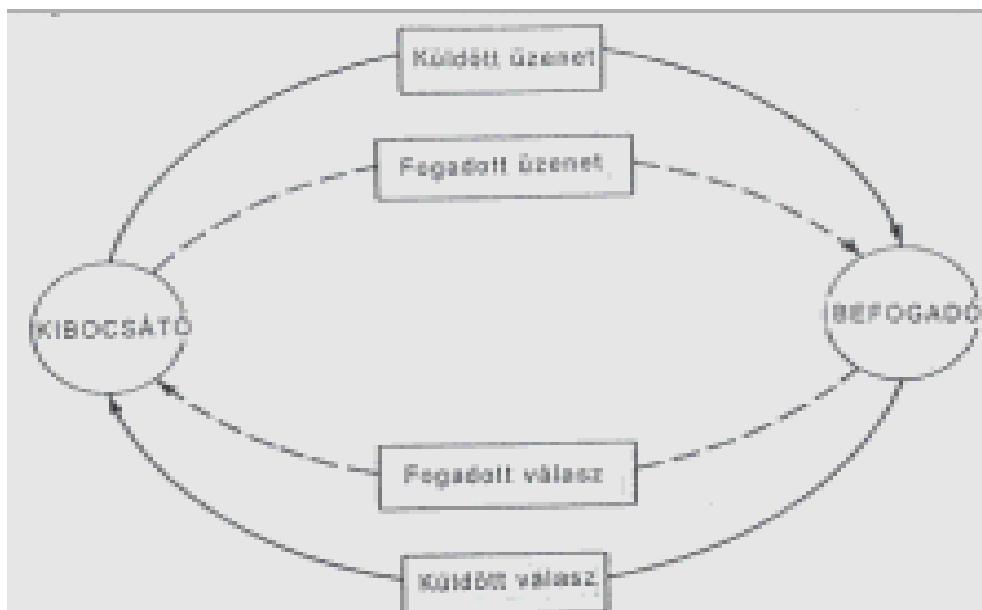
- nagyobb nyitottság más kultúrák felé,
- intenzívebb mobilitás a határokon túl úgy a magánéletben, mint szakmai téren,
- versenyképesség a globális gazdasági világban.

### **1. A kommunikáció folyamata**

Korunk követelményei közé tartozik, hogy az idegen nyelv oktatása ne csak a nyelvtani fogalmak és szerkezetek, valamint a szókincs, továbbá a stilisztikai fogalmak elsajátítását jelentse, hanem a kommunikációs készségét is, amely más nemzetiségű emberekkel való találkozáskor interkulturális kommunikációvá változik. Ez a tény azt is jelenti, hogy meg kell értenünk kommunikációs partnerünk kulturális háttérét, tradícióit, társadalmi szokásait és rítusait. Más kultúrák megismerésének folyamatában a nyelv nagyon fontos szerepet

játszik: segítségével olyan ismeretekhez juthatunk, melyek révén képesek leszünk az adott helyzetben – megfelelő kulturális szenzibilitás birtokában – hatékonyan reagálni, önállóan kommunikálni.

Mielőtt részleteznénk az interkulturális kommunikáció jellegzetes tulajdonságait, foglalkozunk a kommunikációval mint az emberi kapcsolatok egyik lehetséges formájával. A kommunikáció, amely nemcsak szóbeli, hanem írásbeli formában is megjelenhet, mindig feltételez két (esetenként pedig több) kommunikációs partnert. A kibocsátó és a fogadó fél manapság nem is mindig találkozik személyesen, hanem az interneten, pl. videokonferencián vagy más technikai eszköz segítségével valósul meg a kapcsolat. A szóbeli és az írásbeli kommunikációnak sok közös jellemzője van, de természetesen mindkettőnek ismertek a maga sajátos formái, szabályai és normái. Vannak szabályok, tradíciók, amelyek már évezredek óta működnek és érvényben vannak, de a globalizáció következtében sok szabály és norma módosul, változik. Kiindulva a kommunikáció alapmodelljéből, meg kell jegyeznünk, hogy a kommunikációs környezet jelentősége is nagy szerepet játszik a folyamat megvalósulásában és sikerességében. Gyakran ez a környezet határozza meg az üzenet helyes és megfelelő interpretálását, illetve a visszajelzés formáját és hatékonyságát. A kommunikáció sikeres lezajlását jelentősen befolyásolja az, hogy alacsony vagy magas kontextusú kommunikációról van-e szó. Az alacsony kontextusú kommunikáció azt jelenti, hogy az üzenetet, illetve a kommunikáció tárgyát a két fél szinte agyonmagyarazza, míg a magas kontextusú kommunikáció esetében a kommunikáló felek akár félszavakból is megértik egymást. Természetesen az élet különböző területein – más és más kommunikációs helyzetekben – nem mindig ilyen egyértelmű a kommunikációs kontextus meghatározása.



1. ábra. Akommunikációs folyamat ábrázolása

Ha a kommunikáció azon modelljéből indulunk ki, amely az üzenet kibocsátójából, a kódolásból és dekódolásból, magából az üzenetből, annak befogadásából, végül pedig az ún. visszajelzésből áll, és az egész folyamat egy adott kommunikációs környezetben zajlik, akkor azt mondhatjuk, hogy az interkulturális kommunikáció is ugyanezen a modellen alapszik, csak nagyobb hangsúlyt kell fektetnünk a kulturális aspektusra. A kultúra maga nem más, mint egy adott közösségben megvalósuló életforma. Aki viszont egy másik közösség életformájában nőtt fel, annak furcsának tűnnek bizonyos szokások, könnyen félreértheti beszélgetőtársát, avagy éppen ő sérti meg valamilyen kijelentésével vagy viselkedésével a partnerét. Míg a tárgyi (tartalmi) félreértéseket általában rögtön tisztázni tudjuk, az interkulturális félreértések sokszor nem is tudatosulnak bennünk. Geert Hofstede az ember szellemi beprogramozásának szintjei közé sorolta a kultúrát, amely lehet tanult vagy csoportspecifikus, és Hofstede modelljében a személyiség és az emberi természet között helyezkedik el.



2. ábra. Az ember szellemi beprogramozásának szintjei, Hofstede 1994.

Tehát a kommunikáció során tudatosítanunk kell, hogy kommunikációs partnerünk egy másik kulturális közegeből származik, és ez másfajta értékrendet, eltérő normákat, viselkedésformákat (pl. étkezési szokásokat), konvenciókat és szimbólumokat hordoz magában. Azok számára, akik egy adott kulturális közegeben nőnek fel és szocializálódnak, az itt elsajátított értékek a természetesek, de abban az esetben, ha a kommunikációs partnerek más országokból származnak, akkor nemcsak két vagy több nyelv találkozásáról van szó, hanem két vagy több kultúra érintkezéséről is, ez az a bizonyos helyzetkontaktus, melyben a nyelv nemcsak közvetítő eszköz, hanem a terméke is ennek a kontaktusnak. Ha részletesebben akarunk foglalkozni ezzel a fogalommal, akkor olyan további

tudományágakra, ill. részterületekre is szükségünk van, mint amilyenek a szociolingvisztika, a humángeográfia, a kommunikációelemzés stb.

### 1.1. A kultúrák közötti kommunikáció

A kultúrák közötti kommunikáció nem új jelenség, de napjainkban egyre inkább az érdeklődés középpontjába kerül, mert egyre több embert érint, különösen azokat, akik – mint a hallgatóink is – munka- vagy partnerkapcsolatban állnak más országok hallgatóival, üzletberekével vagy pl. az EU intézményeiben dolgozó kollégáikkal. Egyre több hallgatónk vesz részt diákcseriprogramokban, például az ERASMUS-programban, melynek keretén belül különböző kultúrákkal találkozhatnak. Éppen ezért igen fontos, hogy felkészítsük hallgatóinkat az interkulturális szempontból is sikeres kommunikációra. Ha két kultúra találkozik, akkor gyakran előfordulhat az a helyzet, hogy az egyik kommunikációs partner szinte „kulturális sokkot” él meg. Ennek elkerülése végett szeretnénk hallgatóinkat úgy felkészíteni, hogy minél több ismerettel rendelkezzenek az adott ország, régió, esetleg kontinens szokásairól, hagyományairól.

Mit tehetünk ennek érdekében az idegen nyelv oktatása során? Megkíséreljük kialakítani és céltudatosan fejleszteni hallgatóinkban a nemzeti sajátosságok iránti érzékenységet és empátiát. Az általános alapismeretekkel már találkoznak a középiskolai tanulmányaik során is, de országismereti háttér-információk rendszeres közvetítésére legtöbbször csak a felsőoktatásban, valamely idegen nyelvi tárgy keretén belül kerül sor. Felhívjuk azonban hallgatóink figyelmét arra, hogy az önálló tanulás részeként fokozottan kísérjék figyelemmel az írott és a hangzó média ilyen témájú publikációit, adásait (pl. a német, a francia, az angol, ill. az osztrák TV-k adásaiban az aktuális politikai és gazdasági híreket, kommentárokat, kerekasztal-beszélgetéseket stb.). Még a reklámok is nagyon sok kultúrspecifikus információt közvetítenek: megfelelő didaktikai előkészítéssel arra ösztönözhetjük a hallgatókat, hogy vegyenek észre bennük bizonyos, az adott közösségre jellemző tényeket, aktivitásokat, értékítéleteket. Intenzív kommunikációs tréningre azonban sajnos a heti két vagy maximálisan négy szemináriumi óraszám miatt nem kerül sor. A leggyakrabban alkalmazott tankönyvek – mint például: *The Business*, *The Financial Sector*, *Wirtschaftsdeutsch* – legtöbbször csak felületesen foglalkoznak az interkulturális kommunikáció bemutatásával, példáinak említésével, mivel ezek a tankönyvek is elsősorban magának az idegen nyelvnek a sajátosságaival, a szakszókincs bővítésével, valamint az írásbeli kommunikáció sajátosságainak az oktatásával foglalkoznak. Pozitív példaként kiemelhető a *The Business* című tankönyv, amelynek audio-felvételei már úgy készültek, hogy a kommunikáció több módját is bemutatják különböző élethelyzetekben és változatos helyszíneken, tehát a hallgatók megérthetik a különbséget a hatékony és a sikertelen kommunikáció között. A tankönyv lehetőséget nyújt a hallgatóknak, hogy az oktató segítségével és irányításával maguk is kipróbálják kommunikációs készségüket. Ez sajnos nem mondható el az említett többi tankönyvről, amelyek csak a nyelvtudás tökéletesítésére törekednek, nem veszik figyelembe, hogy a megszerzett tudást nem mindenki tudja használni is az adott helyzetben. A nyelvtanárok elsődleges feladata az, hogy tudatosítsák a hallgatókban, hogy a nyelvtudás ugyan előfeltétele a külföldi partnerrel való sikeres tárgyalásnak, találkozásnak és együttműködésnek, de ez még nem elég. Ha nem értékeljük pozitívan, és nem vesszük figyelembe az eltérő kultúrából adódó szokásokat, a kapcsolati szinten fellépő félreértések elbizonytalanítják a partnereket, a tárgyalás légköre megromlik, stresszhelyzet alakul ki. Második lépésként azt elemezzük,

hogy miként fogadtassuk el magunkat, hogyan prezentáljuk önmagunkat pozitívan, mivel nyerhetjük el a partner bizalmát. A cél nem az, hogy mindenáron alkalmazkodjunk a partner szokásaihoz, hanem hogy saját kultúránk értékeit ismerjük, és pozitívan közvetítsük azokat partnerünk felé. Így érhetjük el azt, hogy egyenrangú partnerként fogadjanak el.

Ezután kerül sor a két kultúra összehasonlítására, az eltérő magatartásformák elemzésére, a követésre méltó sajátosságok kiemelésére és legvégül a zavaró és ezért kerülendő viselkedési buktatók számbavételére. Ezzel a sorrenddel biztosítjuk azt, hogy ne az előítéletek és klisék kapjanak hangsúlyt az oktatás során, hanem hogy valóban a nemzeti sajátosságok iránti érzékenység fejlesztése történjen az idegen nyelvi órák keretén belül.

Az idegen nyelvek oktatásában természetesen a kommunikáció verbális elemeinek elsajátítására helyeződik a hangsúly. Nem könnyű feladat az írásos és szóbeli készségek párhuzamos fejlesztése sem. A szaknyelvi képzés pedig az üzleti szakterminológia közvetítését tűzi ki célul, és szoros programjába nemigen fér bele a nem verbális kommunikációs készségek fejlesztése. Pedig mindannyian tapasztaltuk, hogy nemcsak az a fontos, amit mondunk, hanem az is, hogy miként tudjuk azt tárgyalópartnerünk felé közvetíteni.

A nemzeti sajátosságok iránti érzékenység olyan komplex kommunikációs készség, amely átszövi és befolyásolja a verbális kommunikációt, de ezen túlmenően magába foglalja a kommunikáció nem-verbális elemeit is. Ettől függ, hogy mindennapi kapcsolatainkban szót tudunk-e érteni egy idegen országban az ott élő és dolgozó emberekkel, ki tudunk-e alakítani egy olyan kapcsolatrendszert, amelyben partnerként léphetünk fel. Tehát a a nyelvtanítás és -tanulás manapság tágabb értelemben azt is jelenti, hogy a nyelv mögött érzékeljük a nyelvet beszélő embereket.

## 1.2. Az interkulturális kommunikáció jellegzetes nehézségei

Amint már említettük, minden kommunikáció bonyolult folyamat, és a kommunikációs közeg, valamint a kibocsátó és a fogadó fél saját kultúrája, tradíciói és gyakran félreértései is jelentősen befolyásolják az egész folyamatot. Ez alól nem kivétel az üzleti élet sem, még mindig fellelhetők a klisék és előítéletek az üzleti és munkakapcsolatokban is, amelyek annál is inkább zavaróan hatnak, mert többnyire fel sem ismerjük, mi okozta a kommunikációs félreértéseket. Azt mondhatjuk, hogy még uralkodnak a kulturális sztereotípiák, amelyeket gyakran vonatkoztatunk egész nemzetekre, embercsoportokra. Ezek az általánosítások lehetnek persze pozitív értékűek is, és gyakran szolgálnak marketing- és reklámcélokat. Ugyanakkor – ha negatív értelemben használjuk őket – mindez előítéletekhez és diszkriminációhoz vezethet, amely természetesen negatívan befolyásolja a kommunikáció folyamatát. Murphy ismert törvénye, hogy amit félre lehet érteni, azt félre is értjük, nem is elsősorban a kommunikáció tárgyi (tartalmi) szintjére vonatkozik, hanem a kapcsolati (érzelmi) szinten fellépő zavarokra utal, amelyek egy szakmailag mégoly jól előkészített üzleti tárgyalás sikerét is megghiúsíthatják. Lássunk néhány példát, melyek azt illusztrálják, hogy az, ami számunkra természetes és elfogadott, a kommunikációs partner számára érthetetlen vagy esetleg zavaró, akár még sértő is lehet. Milyen érzelmi reakciókat indíthat el egy ártalmatlannak tűnő, egyszerű mondattal egy német üzletember pl. francia vagy angol partnerében? A német tárgyalófél magabiztosan ismerteti gondosan kidolgozott, pontokba foglalt tervzetét és ezt mondja: „*Íme ez az én koncepcióm*”. Úgy érzi, ezzel azt jelzi, hogy intenzíven foglalkozott a projekttel, befektetett munkája előbbre fogja vinni a még vitás kérdések megoldását. A francia vagy angol

üzletember ezzel szemben úgy értelmezi ezt a kijelentést, hogy a német partnerek is kreatívak, vannak ötleteik, ha talán nem is dolgozták ki azokat olyan részletesen, mint a partnerük. A német üzletember pedig nem érti, hogy miért lett hűvösebb a tárgyalás légköre.

A szlovák és a magyar mentalitásra jellemző, hogy a problémák megoldására különböző lehetőségeket vesznek figyelembe, s ezeket rugalmasan próbálják alakítani a menet közben kialakult helyzet szerint. „*Majd meglátjuk*” – mondja a szlovák vagy a magyar fél, és úgy érzi, ezzel megnyugtatja német, angol vagy amerikai partnerét afelől, hogy valamilyen megoldást biztosan fognak találni. A német üzletember viszont ezt a kijelentést felelőtlennek és koncepció nélkülinek tartja, ami bosszúságot vált ki belőle, úgy érzi, nem bízhat meg partnerében. Hasonlóképpen reagálnak az angolok, illetve az amerikaiak is.

A helyzet még bonyolultabb, ha az üzlettársunk és egyben kommunikációs partnerünk valamelyik ázsiai országból származik. Mivel az ismereteink ezekről az országokról nem mindig pontosak és aktuálisak, elengedhetetlen követelmény, hogy megismerkedjünk a náluk bevett szokásokkal. Különösen a japánokkal kapcsolatban honosodott meg az a vélemény, hogy nagyon nehéz megértenünk őket, ami persze nem elsősorban nyelvi problémában nyilatkozik meg, hanem a viselkedési normákban. Mivel Japánban, ill. más ázsiai országokban a vezető beosztásokban idősebb menedzserek vannak, akiknek kijár a tisztelet, nem illendő vitába szállni velük. Ez ellentétben van az európai szokásokkal, hiszen mi arra tanítjuk a hallgatóinkat is, hogy legyenek aktívak, kezdeményezők, és ne féljenek kinyilvánítani a véleményüket. A japán kultúra sajátosságai gyakran apróságokban nyilvánulnak meg. Például a névkártya átadása nagyon fontos mozzanat egy-egy tárgyalás megkezdése előtt. A tárgyaló felek kötelessége, hogy alaposan megtekintsék a névkártyát, elolvassák a rajta lévő adatokat, tehát kifejezésre juttassák az érdeklődésüket, tiszteletüket a másik fél iránt, és csak utána tegyék az iratok közé vagy esetleg a zsebükbe. A sikeres kommunikáció megbukhat már a kezdet kezdetén, ha nem tartjuk be a kommunikációs partnertől való kellő távolságot.

A következő, gyakori eset is a figyelmességgel kapcsolatos. Ha ajándékkal kedveskedünk az üzleti partnerünknek, akkor tudnunk kell, hogy az ajándékozás nem számít személyes gesztusnak, az ajándékokat arra specializálódott üzletekben vásárolják, ahol megtudhatjuk az árát, és ugyanilyen értékben vásárolunk mi is ajándékot. Fontos követelmény, hogy az ajándék szép és drága csomagolásban legyen. Az ajándékot nem nyitjuk ki az ajándékozó előtt. Oda kell figyelni a mozdulatainkra és gesztusainkra is. Ha nagyon dinamikusak vagyunk és sokat gesztikulálunk, akkor az ázsiai kultúra számára viselkedésünk az önuralom hiányát jelenti és gyakran nevetségessé válhatunk a szemükben. Természetesen a helyzet fordítottja is érvényes, vagyis hogy gyakran zavar minket a partnerünk viselkedése, például az a tény, hogy ázsiai származású kommunikációs partnerünk nem néz a szemünkbe. Sokan úgy vélik, hogy ez az érdektelenség a tisztelet hiányát jelzi, pedig valójában ezekben az országokban ez a megszokott viselkedési forma, és így fejezik ki a tiszteletüket a másik fél iránt. Nem árt tehát jól megismerni azokat a magatartásformákat, amelyek a velünk kapcsolatban lévő külföldieket zavarják. Hiába jelenünk meg pontosan a tárgyaláson, ha nem tartjuk be a napirendi pontokat, mellékes kérdésekbe bonyolódunk, vagy éppen hosszúra nyúlt kávészünetekkel tesszük próbára német partnerünk türelmét. A felelőtlenül, bár segítőkész szándékkal tett, de be nem tartott

ígéretetek pedig aláássák a bizalmat, hiszen Németországban nem szokás az üzleti életben olyan ígéreteket tenni, amelyek nem az illető kompetenciájába tartoznak.

Amint az előbb említett példákból következik, az interkulturális kommunikáció rendkívül összetett és bonyolult fogalom, s olyan ismeretekre utal, amelyeket állandóan tanulunk és fejlesztenünk kell. Eddigi tapasztalataink alapján elmondhatjuk, hogy a sikertelen interkulturális kommunikáció leggyakoribb buktatói a következők:

- eltérő nyelvi jelentések
- non-verbális jelek téves értelmezése
- ki nem mondott üzenetek / csend, szünet /
- személyes tér, távolságtartás
- az idő kezelése
- kommunikációs tabuk

## 2. Az interkulturális kommunikáció funkciója az oktatásban

A holland szociológus Geert Hofstede az IBM munkatársai között végzett megfigyeléseket, és a tapasztalatait *A kultúra következményei* (Culture's Consequences 1984) című művében foglalta össze, amelynek első kiadása 1980-ban jelent meg. Megfigyelései alapján megállapította, hogy egy idegen ország kultúráját nemcsak a létező reáliák alkotják, hanem a normák, értékek, elvárások és egy bizonyos közösség tapasztalatai is. Mindezek megértése nemcsak nyelvtudást igényel, hanem ún. kulturális kompetenciát is, amelyet ugyan részben megszerezhetünk a tanulmányaink során, de ebben rendkívül nagy jelentősége van a személyes tapasztalatnak is. Ennek a kompetenciának a segítségével érthetjük meg a más kultúrából származó emberek viselkedését, gondolkodásmódját, ill. hozzáállásukat a problémák megoldásához, a munkaszervezéshez stb. Ha két ember kommunikál, akkor nemcsak két különböző nyelvet beszélnek, hanem két – igen gyakran nagyon is eltérő – kultúrát is képviselnek. Az interkulturális kommunikáció során kölcsönösen megismerjük egymás értékeit, normáit, és megpróbáljuk a lehető legnagyobb mértékben respektálni is őket, mivel minden ember egy adott közösség képviselője, így a megértés és tiszteletadás egy egész közösségnek szól. A mai globalizált világban az interkulturális kommunikáció mondhatni alapvető feltétele a békés együttélésnek, a sikeres együttműködésnek, legyen szó akár egy kis cégről, akár egy multinacionális vállalatról. S ugyanezt tapasztaljuk az oktatás folyamatában is. Az utóbbit megemlítve fontos, hogy megértsük azt a tényt, hogy az interkulturális kommunikáció az idegen nyelvek oktatásában több funkciót lát el.

Legelőször is ún. kommunikatív funkciót, mivel az egyre erősödő nemzetközi gazdasági és piaci kapcsolatok közelebb hozzák az embereket, a nemzeteket egymáshoz, és a kapcsolatok megtartása és továbbvitele nagyon hatékony kommunikációt követel, melyre csupán azok képesek, akik ezzel a kompetenciával rendelkeznek. Ha nagyon általános tanácsokat akarnánk adni a hallgatóinknak, akkor ezek a következők lehetnének:

- A nyújtandó információ kifejezésének a módja legyen világos!
- Kerüljük a homályos és kétértelmű kifejezéseket!
- A közlésünk legyen rövid, kerüljük a bőbeszédűséget!
- Fejezzük ki magunkat mindig rendezetten!

Ezen kívül az interkulturális kommunikáció ellát ún. szociális funkciót is, mivel majdnem minden országban élnek kisebbségek, akik nemcsak más nyelvet beszélnek, de egy másik kultúrát is képviselnek. Ha azt akarjuk, hogy ezek az állampolgárok sikeresen be tudjanak

kapcsolódnia a társadalmi életbe, és részt tudjanak venni a mindennapi eseményekben, akkor fontos, hogy kölcsönösen megismerjük egymás nyelvét, szokásait, normáit, és próbáljunk alkalmazkodni, mert ez mindkét fél – és az egész társadalom – számára előnyös.

A politikai és migrációs folyamatok következtében egyes országokba sok migráns érkezik, akik önálló közösségeket alkotnak egy már meglévő társadalom keretei között. Minden társadalom célja, hogy az újonnan érkezők minél előbb adaptálódni tudjanak és az adott társadalom teljes értékű tagjaivá váljanak. Mindez megköveteli, hogy érzékenyek és nyitottak legyünk más kultúrák iránt, amellett természetesen ne felejtjük el a saját értékeink ápolását sem.

### Összegzés

Noha egy idegen kultúrát és társadalmat elvben lehet érdemi nyelvtudás híján is tanulmányozni, mindazonáltal nyilvánvalóan nagy segítséget jelent az, ha a nyelven keresztül is tudjuk érzékeltetni a kultúra és a társadalom sajátosságait. A kultúra megértéséhez tehát tulajdonképpen nem előfeltétel a nyelv, de kétségtelenül hasznos eszköz. Ugyanakkor úgy tűnik, hogy a nyelv elsajátítása és a kultúra kapcsolata igen szoros. Nyelvet, szabályokat tanulni lehet a kultúra ismerete nélkül is, azonban alkalmazni már nem lehet. Ahhoz, hogy a nyelvet használó ebben sikeres legyen, megkerülhetetlen a kulturális ismeretekkel való felvértezetttség. Tehát a kultúra nyelv nélkül tanulmányozható, de a nyelv kultúra nélkül nem. Ennek az az oka, hogy nem elég azt tudni, hogy „mit”, hanem azt is tudni kell, hogy „hogyan”. A „mit” a saussure-i értelemben vett „langue” jelenti; ezt adják a nyelvtani szabályok és a nyelvi formák, de a „hogyan”, vagyis a parole mondja meg, hogy a rendelkezésre álló nyelvi arzenálból mikor melyik elem használandó (Guller, 1976). Ahhoz, hogy kommunikációs céljainkat a leghatékonyabban elérjük idegen nyelven, meg kell ismerni a „hogyan“-t befolyásoló tényezőket. Ezen az érintkezési ponton lép be a kultúra és a társadalom ismerete, amely nélkül az idegen nyelvek oktatása sem teljes értékű. Ezt a kompetenciát szoktuk kultúráközi, azaz idegen szóval interkulturális kompetenciának nevezni. Az interkulturális ismeretekre és azok alkalmazási készségére, azaz az ún. interkulturális kompetenciára szert tenni azonban nem egyszerű még a mai, nemzetközivé vált világunkban sem.

### Irodalom

- Bergemann, N.–Sourisseax, A. 1996. *Interkulturelles Management*. (2. überarbeitete Auflage.) Berlin–Heidelberg: Springer-Verlag.
- Faerch, C.–Kasper, G. 1983. *Strategies in Interlanguage Communication*. New York: Longman.
- Guller, J. 1976 *Ferdinand de Saussure*, Revised Edition. New York: Cornell University.
- Hofstede, G.1993. *Interkulturelle Zusammenarbeit, Kulturen- Organisationen-Management* Wiesbaden: Gabler.
- Hofstede, G 1984. Culture's Consequences, International Differences in Work-Related Values, Abridged Edition, Volume 5, *Cross-cultural Research and Methodology Series*.
- Kaikonen, P. 2002. Authentizität und authentische Erfahrung in einem interkulturellen Fremdsprachenunterricht. *Deutsch als Fremdsprache*. <http://elib.kkf.hu>