

ДРУГОМУ КАК ПОНЯТЬ ТЕБЯ?



Дмитрий
Циликин

Довелось как-то оказаться за одним столом с двумя маркетологами. Они прежде не были знакомы – и принялись выяснять, кто где у кого учился. «А вы сдавали то-то?» – «Да, помнишь, там еще методика стратегического планирования такого-то?» (тут посыпались ученые термины). Я слушал-слушал и говорю: «Ребята, у нас действительно эти многоумные правила применяются на практике и вы, работая, ими руководствуетесь – или это только до экзаменов, а потом все по старинке звонят друг другу типа: «Петрович, привет, как сам? Слушай, я тебе тут подошлю одного человека, так ты его... Ага, не бойсь... Ну давай, с меня причитается, все, давай, оки-доки!» Собеседники хихикнули и отвечают: что ты, мол, спрашиваешь ерунду, конечно, само собой...

Речь – вторая сигнальная система, основное отличие человека от животного – позволяет нам не только считывать сигналы, которые подают органы чувств (первая сигнальная система), но и обобщать их, то есть мыслить абстрактными категориями. Слово, по выражению академика Павлова, становится сигналом сигналов.

И сигналы эти имеют не только семантический смысл, обладают не только значением, оговоренным в словаре, нет, этот смысл сильно зависит от ушей того, кто сигнал воспринимает. К примеру, есть понятие «неписаное правило» – то бишь существуют правила писанные, законы, кодексы, уложения и регламенты, но существуют они... как бы это сказать...

ЕСТЬ ГОСУДАРСТВА, ЖИВУЩИЕ ПО ЗАКОНУ, А ЕСТЬ ЦЕЛЫЕ ГОСУДАРСТВА, ЖИВУЩИЕ ПО ПОНЯТИЯМ

для порядка, потому что так уж положено, чтобы они существовали. Но действуют при этом совсем другие алгоритмы и механизмы. И есть государства, живущие по закону (их еще принято называть правовыми), а есть целые государства, живущие по понятиям. И понять друг друга им бывает весьма непросто.

Вот взять хоть недавний нашумевший конфликт в одной известной российско-британской компании: характерный пример того, как высокие недоговаривающиеся стороны никак не находят общего языка, пусть бы даже это был превосходный английский. И требование российских партнеров, добившихся смещения предыдущего УК-менеджера, к британским, чтобы его преемник говорил по-русски, – эвфемизм. На самом деле это, конечно же, требование понимать понятия.

В таких ситуациях действует одна из моделей актерской системы Станиславского. Константин Сергеевич учил, что нужно опре-

делить пристройку персонажей друг к другу: она бывает снизу, сверху и на равных. Например, в помянутом конфликте одна сторона умела найти столь убедительные аргументы и рычаги влияния (как мы помним, против лома нет приема), чтобы выстроить по отношению к другой пристройку сверху. А вот когда российский партнер пытается вести диалог в позиции «пристройка снизу» – это, как мне кажется, оказывает на него благотворное воздействие. И не позволяет дерзко презирать земли чужой язык и нравы.

Воздействие это можно сравнить с ролью, которую в последние полтора десятилетия сыграла реклама. Вспомните известную многим школы историю, рассказанную Маяковским, – про то, как советский человек открывает для себя блага цивилизации. «От удовольствия захватывает дух... Белее лунного света, удобней, чем земля обетованная... На одном кране написано: «Хол.», на кране другом – «Гор.»... Ну ж и ласковость в этом душе!» – и в общем экзистенциальное потрясение, пережитое в санузел индивидуумом, смывшим наконец с себя «грязь десятилетнего стажа», приводит его к мысли о правильности общественно-политического устройства в целом.

«Рассказ литейщика...» написан в 28-м. Но есть и гораздо более свежий популярный анекдот про некую народную артистку, приехавшую на гастроли в Париж. Горничная в отеле: «Когда мадам прикажет приготовить ванну?» – «В субботу, как всегда».

Так вот, реклама умела навязать гигиенические стандарты даже тем, кто ненавидел мыло душистое и полотенце пушистое, и тем, кто вообще не подозревал об их существовании. Нравится – не нравится, а мой, чисти и ухаживай – потому что реклама с детства закладывает стереотип: если всего этого не делать, ты окажешься социально непрестижным и вообще лохом, и девочки с тобой дружить не станут, а парни на тебя и не обернутся.

Нечто подобное происходит в процессе установления контактов с партнерами, живущими по другим поведенческим правилам. Понятно, что с непривычки кому-то нелегко будет управляться за деловым обедом вилкой и ножом, вместо того чтобы по привычке подгрести подливку хлебом. А также не врать и не косячить. И с утра бороться с выхлопом после вчерашнего, осознав все-таки, что этот выхлоп выставит тебя не в лучшем свете на предстоящих переговорах. Равно как и опоздание на них. И отсутствие улыбки и прочих коммуникативных инструментов, создающих благоприятное впечатление о собеседнике.

Понятно, что поначалу костюм Brioni будет сидеть, как положено, прекрасно, но смотреться все-таки малость не родным, а ботинки Roberto Botticelli – тоже выглядеть немножко слишком прямо из коробки. Ничего, обносятся.