

Татьяна Федь (Tatiana Fed)¹
Новый болгарский университет, София
(Nowy Uniwersytet Bułgarski, Sofia)

DOI: <https://doi.org/10.26881/jsr.2025.20.07>

БАЛКАНСКАЯ МОДЕЛЬ МИРА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ БИЗНЕС КОММУНИКАЦИЙ

Каждая культура характеризуется специфическими системами видения и восприятия мира. Эти системы формируются в процессе практической деятельности людей на основе их опыта и традиций, унаследованных от предыдущих поколений. На определенном этапе развития производства, общественных отношений, «оторванности» человека от природной среды формируются формы познания мира, закрепляющиеся в соответствующей модели мира.

В очной и дистанционной формах магистерской программы «Бизнес коммуникации» (профессиональное направление 3.7. *Администрирование и менеджмент*), которая в 2021 году отметила свое десятилетие, на протяжении многих лет обучаются болгары, живущие и работающие как в Болгарии, так и за рубежом, в таких странах, как: Австрия, Германия, Греция, США, Италия, Турция и др. Большинство из этих людей либо развивают успешный собственный бизнес, либо занимают руководящие должности в крупных банках и корпорациях. Они поступили в Новый Болгарский университет для дальнейшего развития своих практических знаний и навыков, приобретения теоретических знаний в академической среде и получения престижного диплома магистра деловых коммуникаций с европейским приложением к нему.

Целью настоящей статьи является обобщенный анализ рассуждений студентов НБУ на тему культурной идентичности. Вот уже более десяти лет данная тема предлагается студентам МП «Бизнес коммуникации» в рамках курса «Культурологические основы коммуникации». Письменные работы студентов дают простор для размышлений о процессах, происходящих в Болгарии в XXI веке. Идентифицируя себя болгарскими, студенты делятся информацией о религиозных ценностях, традициях и обычаях своих семей

¹ tnfed@abv.bg, <https://orcid.org/0009-0009-3458-8969>

и мест рождения, рассказывают об опыте, полученном в другой культурной среде².

Исследовательница Ю.П. Тен дает следующее определение понятия *культурная модель мира*: это «конкретно-историческая система миропредставлений и мироощущений, включающая совокупность как рационально-понятийных, так и чувственно-образных способов восприятия и постижения мира» (Тен 2007: 10).

Культурная модель мира – это целостный образ мира, который формируется в рамках исходных мировоззренческих установок (мифологических, религиозных, философских, художественных, научных и других) сообщества. Она формируется в процессе практической деятельности людей на основе их опыта и традиций, унаследованных от предыдущих поколений. На определенном уровне развития производства и общественных отношений «отделению» человека от природы соответствуют определенные формы опыта и восприятия ими мира, что закрепляется в соответствующей модели мира (Тен 2007: 10).

Важнейшими компонентами культурной модели мира являются пространство, время, причина, судьба, отношение части к целому, чувственное и трансцендентное. Эти понятия образуют «сеть координат», посредством которой носители определенной культуры воспринимают и осознают мир, рисуют его образ. Модель мира реализуется в различных семиотических вариантах, согласованных между собой в единой универсальной знаково-символической картине данной культуры.

Например, в модели мира русской культуры традиционно преобладают представления о бескрайних просторах земли, красоте природы, о разнообразии флоры и фауны, суровом северном климате, об общих предках всех славянских народов, общинном образе жизни, о православии как содержательной составляющей духовного пути русского народа и вечном поиске социальной справедливости.

В качестве символов балканского менталитета выступают, например: море, горы, хайдуты (гайдуки), турки, леса, пастухи. Те же коды, в частности, характеризуют и культуру болгар. Однако понятия *Балканы* (включающее в себя нечто большее и иное, чем просто географическое положение) и *балканский менталитет* используются достаточно часто и широко, поэтому в названии статьи мы используем термин *Балканская модель мира*, вкладывая в это понятие и характеристику болгарской модели мира. Проблематика была тщательно исследована российским ученым Татьяной Владимировной Цивьян. Размышляя о языковой культуре болгар, Т.В. Цивьян

² Отрывки из студенческих работ приводятся с разрешения студентов и без упоминания их имен.

упоминает о двух героях болгарской литературы: Хаджи Генчо (Л. Каравелов, *Болгары из старины*) и Бай Ганьо (из одноименного романа А. Константинова). Они свободно владели иностранными языками:

Хаджи Генчо – болгарин, каких мало; такого человека и в Англии не сыщешь. [...] Кроме церковнославянских текстов, Хаджи Генчо читает еще по-румынски, немножко по-русски, немножко по-гречески». Бай Ганьо, который «знал языки, он говорил по-турецки как турок, понимал по-румынски и с грехом пополам по-сербски, по-русски» и нимало не смущался в ситуациях, когда ему приходилось говорить на незнакомых языках, по-чешски, по-немецки и т. д. (Цивьян 1990: 98)

Отмеченные выше символы балканского менталитета обусловлены в большой степени географией Балканского полуострова (Балканы), на котором расположена Болгария. Он находится между Черным, Эгейским, Ионическим и Адриатическим морями, а его самой высокой точкой является гора Мусала в Риле в Болгарии. Рельеф полуострова преимущественно горный. Северная граница полуострова часто имеет разные определения, но в большинстве источников за нее принимают реку Дунай от его дельты в Черном море до устья реки Саввы, а затем условную линию до Триестского залива. Географическое положение и описанные выше особенности определяют характер живущих здесь людей как более закрытых (ограниченных горами) и недоверчивых, более консервативных и традиционных.

Достойное место в культуре болгар занимает религия. Согласно закону, болгарские жители пользуются свободой вероисповедания. Более 80% граждан исповедуют восточно-православную христианскую религию. Принятие и утверждение христианства в качестве официальной религии начинается в Болгарии с 864 года. Около 15% населения считают себя мусульманами (в основном сунниты). Во время властвования на этой территории турецких правителей (конец XIV века – конец XIX века) многие православные церкви были переоборудованы в мечети. В XVI-XVII в. в Болгарии появились и католики. В городах также построены еврейские синагоги.

Для болгар характерна религиозная толерантность, о чем свидетельствует центр Софии: на небольшом пространстве выстроены храмы трех религий. Есть возможность посетить православную святыню «Святое Воскресенье» – соборный храм Софийской митрополии, один из двух соборных храмов католиков Южной Болгарии – храм «Святой Иосиф», краеугольный камень в здание которого был заложен Папой Иоанном Павлом II в мае 2002 г. Кроме того, здесь находится произведение османской архитектуры XVI в. мечеть «Баня Баши» («множество бань»), связанная с именем величайшего архитектора империи Мимара Синана, и софийская синагога –

крупнейшая на Балканах и третья по величине в Европе после Амстердама и Будапешта. Но в ряду синагог сефардов, испанских евреев, она является самой крупной на континенте. Данные о религиозных центрах столицы важны в контексте многообразия болгарской культурной традиции, обуславливающего формирование идентичности болгарской нации.

Центр Софии совпадает с центром античного города Романа Сердика, здесь находились дворец императора Константина Великого, церковь Святого Спаса и памятник Ленину. Сегодня здесь расположены банк, гостиница и правительственные здания. Можно сказать, что центр Софии переполнен символами, и жители столицы чувствуют себя обязанными придать им более или менее глубокий смысл.

С рождения человек попадает в ту культуру, к которой принадлежит его семья. Но в процессе межкультурных контактов, когда человек сталкивается с представителями других культур или попадает в иную культурную среду, он начинает ощущать признаки своей собственной культуры, ее отличия. С точки зрения символического интеракционизма (от англ. *Interaction* – идентификация), идентификация возникает как результат социального взаимодействия, когда в процессе общения с другими людьми человек сравнивает себя с ними и как бы наблюдает со стороны. Потребность в идентичности чрезвычайно важна для человека. Согласно теории человека Эрика Фромма, это одна из универсальных потребностей человека³, поэтому появилось понятие «социокультурная идентичность» (от лат. *identificus* – тождественный, одинаковый). Социокультурная идентичность – это осознание человеком своей принадлежности к определенной социальной общности или носителю определенной культуры. Сущность культурной идентичности состоит в сознательном принятии человеком соответствующих культурных норм и образцов поведения, ценностных ориентаций, в осмыслении себя с позиций тех культурных особенностей, которые приняты в конкретном обществе, в самоидентификации с культурными образцами этого общества. Социокультурная идентичность является результатом процесса идентификации.

«Социокультурная идентификация (от лат. *identificare* – отождествлять) – механизм усвоения и приобретения представлений, идеалов, норм, ценностных установок, социальных ролей, присущих той культуре, к которой принадлежит данный человек» (Грушевицкая, Попков и Садохин 2002: 54). В современных многонациональных обществах многие люди сталкиваются с проблемой этнической идентификации. Определяющими факторами этнической идентификации являются территория проживания (*родина*), язык

³ *Потребности и мотивация на поведението според Ерих Фром*, <http://www.psisxoloji.info/2019/11/potrebnosti-motivacia-from.html> (20.11.2024).

(*родной язык*), место жительства (*родной дом*), религия (*истинная, праведная*), которые воспринимаются как культурные символы, позволяя людям отделить свою этническую общность (*своих*) от других (*их, чужих*) и в то же время ощутить свою принадлежность к данной общности. «Этническая [...] идентичность, – пишет Юлия Тен, – осознание человеком или социальной группой своей этнической принадлежности, т.е. родства с определенной этнической общностью (народом)» (Тен 2007: 20).

В процессе своего формирования этническая идентичность проходит ряд этапов, связанных с этапами психического развития ребенка. Ж. Пиаже (1896-1980) один из первых разработал концепцию развития в сознания ребенка принадлежности к национальной группе. В исследовании 1951 г. он проанализировал в качестве двух сторон одного процесса формирование понятия *родина* и образа *других стран* и *иностранцев*. Швейцарский ученый рассматривает развитие этнической идентичности как создание когнитивных моделей, связанных с понятием *родина*, а этнические чувства, по его мнению, являются своеобразным ответом на знания об этнических явлениях.

Пиаже выделил три этапа формирования этнической идентичности:

- 1) в 6-7 лет ребенок приобретает первые – фрагментарные и бессистемные – знания о своей национальной принадлежности. В этом возрасте для него важнее всего семья и ближайшее социальное окружение, а не страна и этническая группа;
- 2) в 8-9 лет ребенок уже четко идентифицирует себя со своей этнической группой, выделяет основания идентификации – национальность родителей, место жительства, родной язык. Национальные чувства пробуждаются;
- 3) в раннем подростковом возрасте (10-11 лет) этническая идентичность формируется полностью, как особенности разных народов, ребенок отмечает своеобразие истории, специфику традиционной бытовой культуры (Скворцов 1997: 82).

Как пишет этнолог Н.Г. Скворцов, этнический статус остается неизменным на протяжении всей жизни человека (Скворцов 1997: 82). Однако в XXI веке, в период перемещения народов, слияния культур происходит трансформация культурных кодов, выстраивается новое понимание самоидентичности, в том числе внутри болгарской нации. Данный процесс можно наблюдать также на примере студентов Нового Болгарского университета, участников курса «Бизнес коммуникации».

С целью выявления новых тенденций, характерных для культурной идентичности нового поколения болгар, были проанализированы студенческие работы на тему *Моя культурная идентичность как основа бизнес*

коммуникаций с представителями других наций, написанные в рамках указанного курса. Количество рассмотренных работ базируется на вариантной численности студентов в течение 12 лет. Из 60 работ были выбраны четыре примера, в которых появляются наиболее типичные ответы студентов. На их основании можно попытаться выявить культурную идентичность наших магистрантов как представителей молодого поколения болгарской нации.

Респондент № 1 /студентка В.М./ – уроженка Бургаса. Однако, по ее словам, в семье сочетаются культурные традиции двух разных регионов: Северной Болгарии (бабушка) и Юго-Восточной Болгарии (дедушка). Различия заключаются в названиях некоторых специй, продуктах и приготовлении традиционных блюд, а также в манере речи.

Жизнь в приморском городе (более 25 лет) еще более обогатила мультикультурные ценности и традиции семьи **В.М.** Кроме того, развитие туризма и торговли вдоль болгарского побережья Черного моря и посещение его людьми из разных стран приводит к большому культурному обмену. Будучи старшеклассницей, **В.М.** впервые участвовала в школьной поездке за пределы Болгарии – в Испанию, Францию и Италию – и познакомилась с различными культурными особенностями местных жителей: «теплых и спокойных испанцев, экспрессивных итальянцев и немного более сдержанных по отношению к иностранцам французов». «Таким образом, я осознала важность наличия некоторого знания, даже поверхностного, языка посещаемой страны, — пишет **В.М.**, – вместо того, чтобы полагаться на широкое использование английского языка. Это страны, где люди держатся за родной язык, и общаться с людьми, которые на нем не говорят, очень сложно».

Интерес к азиатским культурам привел ее к получению степени бакалавра по специальности «Южная, Восточная и Юго-Восточная Азия» в Софийском университете, что позволило ей получить глубокие знания не только некоторых азиатских языков (китайского, индонезийского, вьетнамского и тибетского), но и культурных, исторических, политических, экономических и социальных особенностей этих стран и народов. Индонезийская культура занимает большую часть ее профессиональной и личной жизни. «Изучение языка и вступление в танцевальную группу при посольстве Республики Индонезия дали мне возможность познакомиться с некоторыми особенностями индонезийской истории, культуры и поведения ее представителей, – написала **В.М.** – В результате я целый год жила на острове Бали в Индонезии и изучала индонезийский язык». Там она знакомится с религией буддизма и основными ценностями этой религии. По убеждению Гаутамы (Сиддхартки), обе крайности – и жизнь, полная удовольствий и похоти, и жизнь добровольных страданий – равно далеки от правильного пути. Первая – это жизнь

«низменная, неблагодарная, противная духу, недостойная, ничтожная», вторая – «жизнь мрачная, недостойная, ничтожная» (Токарев 1986: 449). Правильный путь лежит посередине, это путь самоуглубления для познания истины, путь, ведущий к покою и к просветлению духа.

Работая в посольстве Республики Индонезия в Софии, **В.М.** все больше ощущает культурные различия в способах и темпах работы, наблюдает очень четко выраженную иерархию – «наверху посол, потом дипломаты, индонезийские секретари, а затем мы выступаем в роли связующего звена между болгарской и индонезийской странами». «Мы, болгары, более прямолинейны, и мы хотим, чтобы все было сделано в данный момент, и мы не боимся давать новые идеи или выражать руководству свое мнение по тому или иному вопросу, – пишет **В.М.** – Мы уважаем иерархию и позицию каждого, но в то же время склонны постоять за себя и свои права. В отличие от нас, индонезийцы более сдержанны. Для них недопустимо открыто проявлять амбиции или инициативу. Мы не собираемся на совещания для обсуждения разных идей и предложений, каждый получает свои конкретные задачи на день и не вмешивается в работу остальных». В настоящее время **Респондент № 1** работает на должности HR, используя теоретические знания, полученные в НБУ, и свой практический опыт.

По мнению **Респондента № 2 /студентка З.И./**, культурная идентичность в XXI веке формируется рядом факторов, выходящих за рамки семьи и места рождения. Она родилась в Болгарии и выросла в болгарской семье, но ее поездки за границу, высшее образование, полученное в Германии, а также длительные контакты с представителями других народов, по ее словам, повлияли на формирование ее нынешней культурной идентичности.

Родной город студентки – Варна, третий по величине город Болгарии и главный центр туризма на Черном море. С самого детства, гуляя по городу и окрестностям курорта, **З.И.** замечала вывески на английском, немецком и русском языках с указанием магазинов или туристических достопримечательностей. Например, в центре Варны находится величественный православный храм «Успение святой Богородицы», построенный по образцу Петергофского храма в Санкт-Петербурге и освященный в 1886 году. В храме сохраняется копия Фануиловской чудотворной иконы св. мученика Георгия из Зографского монастыря на Афоне. Храм стал символом болгарской морской столицы и любимым местом верующих.

З.И. рано поняла, что многое можно открыть за пределами места ее рождения, что людей разделяет языковой барьер, что они разные, но в то же время похожи, в зависимости от того, какие признаки взять во внимание. Ее родители всегда были либеральными и открытыми миру, поощряли ее изучать разные языки и смотреть зарубежное телевидение, чтобы практиковать свои навыки и получать идеи из разных источников.

«Сравнивая культурные особенности и практику ведения бизнеса в двух странах, могу отметить, что для меня самой ключевой особенностью немецкой корпоративной культуры является высокий индивидуализм, – пишет **З.И.** – Если в Болгарии очень часто считается нормальным прятаться в группе, быть пассивным и не проявлять инициативу, то в Германии спрятаться среди других студентов или сотрудников гораздо сложнее, потому что сами задания, будь то на занятиях в университете или на рабочем месте, ориентированы на личное развитие и индивидуальный вклад в общую цель».

З.И. отмечает, что в Германии поощряются конкурентоспособность, самовыражение и напористость. Ей как болгарке вначале было трудно воспринять желание немецких коллег соревноваться и активно делиться своими взглядами, потому что в Болгарии «часто, если ты высказываешься и проявляешь инициативу, тебя считают ‘протеже’ или ‘доказывающимся’ – слова, которые нередко можно услышать даже в начальной школе, когда ребенок показывает отличные результаты или часто поднимает руку, чтобы ответить на вопрос, заданный учителем».

З.И. идентифицирует себя как «гражданина мира», а свою личную культурную идентичность воспринимает «как постоянно обновляющееся целое», в котором сочетаются болгарское и немецкое влияния. По словам **З.И.**, «болгарин боится новых затеек, он думает, что кто-то всегда работает против него и разрушит его планы. Это проблемы, которые мешают успешному бизнесу, делая человека невидимой частью стола. Моя культурная идентичность ближе к немецкой, с ее ярко выраженным индивидуализмом, ориентацией на точность, честность, открытый процесс работы, ориентацию на результат и цель».

Несмотря на эти соображения, **З.И.** считает, что в болгарской культуре есть много положительных качеств – готовность помочь близким, быстрое «таяние льда» и семейные ценности, сохранившиеся с годами. Мы не должны разрушать нашу культуру, но полезно выбирать положительные примеры зарубежных коллег, друзей, корпораций и способствовать модернизации болгарской среды. «На данный момент я чувствую себя чрезвычайно удовлетворенной в Болгарии, встречаю все больше молодых и уверенных в себе людей, которые приобрели опыт как в стране, так и за рубежом, и прикоснулись к разным культурам».

«По моему мнению, болгарский скептицизм и страх перед новым медленно и верно меняется после того, как люди будут путешествовать и все больше и больше обогащать свои знания. Конечно, не все местные компании и предприятия толерантны и открыты к переменам, но никто не может помешать развитию в долгосрочной перспективе. Я люблю и уважаю свои корни и болгарские традиции и рада, что мне представился шанс близко познакомиться с чужой культурой и познать ее специфику. Я надеюсь, что

в будущем все больше и больше болгар будут осознавать себя европейцами и носителями не только национальной культуры, но и членами открытого и толерантного общества. Это окажет положительное влияние не только на наши межличностные отношения, но и на бизнес-коммуникацию и, прежде всего, на инновации на рынке, на котором мы сейчас отстаем».

У **Респондента № 3 /студентка В.Ф./** интересная судьба: она родилась в городе Пловдив, где прожила до 20-ти лет, а последующие 11 лет проживала в трех разных странах – ОАЭ, Южной Корее и Франции. «Моя родная семья не имеет ярко выраженной религиозности, но соблюдает основные национальные и религиозные праздники Болгарии, однако традиции посещения религиозных храмов у нас нет».

Встречи с людьми, чрезвычайно разными по культуре, социальному статусу, традициям и т.д., внесли значительный вклад в развитие культурной идентичности **В.Ф.**. Живя в мультикультурной среде Дубая, она познакомилась с представителями Азии (Япония, Корея, Филиппины, Индонезия, Сингапур, Пакистан, Индия, Непал, Бангладеш), Среднего и Ближнего Востока (ОАЭ, Оман, Саудовская Аравия, Иордания, Палестина, Сирия, Ливан, Иран, Турция), Африки (Египет, Йемен, Кения, Марокко, Тунис, Алжир). Кроме того, **В.Ф.** также встретила с представителями стран Западной Европы, Северной и Латинской Америки: Франция, Англия, Голландия, Италия, Испания, Финляндия, Россия, Казахстан, Перу, Колумбия, Аргентина, Мексика, США, Канада. За восемь лет пребывания в Объединенных Арабских Эмиратах у нее была возможность участвовать в торжествах представителей разных культур и религий. Среди любимых праздников, с которыми ее познакомил и которые она приняла как часть личной культуры, были: индийский фестиваль огней Дивали, мексиканский День мертвых и китайский Новый год.

«Что меня объединяет с болгарской культурой, так это язык, празднование крупнейших христианских праздников, Рождества и Пасхи, а также сила и амбиции, характерные для болгарских женщин», – пишет **В.Ф.** Вместе с тем, она не разделяет со своими соотечественниками «ненависть к себе и неприятие собственной национальной культуры», а также «прославление иностранцев только потому, что они представители другой нации». Ее оценка и подход к людям адаптированы к конкретному человеку и его заслугам, поэтому она не опирается «на стереотипные представления в отношении личных качеств». В настоящее время **В. Ф.** живет с семьей в Испании и успешно развивает там свою карьеру.

Респондент № 4 /студент В.Б./ в свою культурную идентичность включает два элемента: городскую идентичность и национальную идентичность: «**Городская идентичность.** Мои родители относительно либеральны, и у меня была возможность самостоятельно узнать Софию, как мой родной

город. Я знаком с тайнами этого города и ношу их внутри себя. Конечно, чтобы оценить Софию как город, мне пришлось провести сравнение с другими болгарскими городами. Я не смею утверждать, что София – самый красивый город Болгарии, но у нее есть особая аура, которой я не нахожу в других городах. **Национальная идентичность.** Чувство национальной идентичности – это своего рода искусственно созданный иммунитет, который свойствен каждому человеку, независимо от страны, к которой он принадлежит. И в этом аспекте болгары ничем не отличаются и не уступают другим народам».

Приведенные рассуждения позволяют сделать следующие выводы.

Болгарская модель мира является частью балканской модели со своими специфическими особенностями, обусловленными географическим положением и характером исторического развития. По мнению Х. Хофстеде, «Болгария скорее коллективистская, чем индивидуалистическая, скорее женственная, чем мужественная. То есть, для болгар важно качество жизни. Они не живут, чтобы работать, а работают, чтобы жить» (Попова: online) [Перевод мой – Т.Ф.]. Формулировки студентов и подтверждают, и опровергают данную мысль. Важно отметить, что коллективизм болгарской нации исторически обусловлен (в основном в результате подавления индивидуальности во время османского владычества), хотя в настоящее время болгары могут восприниматься скорее как индивидуалисты. Необходимо подчеркнуть, что в рассуждениях студентов хорошо просматривается характерная для болгар религиозная толерантность, несмотря на то, что на территории Болгарии основной религией является христианство.

В эпоху глобализации наблюдаются процессы, влияющие на определение индивидуальной культурной идентичности, о чем свидетельствуют цитируемые фрагменты студенческих работ. Интеракции в бизнес-среде предполагают переосмысление и расширение границ самовосприятия. В данном контексте важно отметить, что 60 % авторов работ видят себя представителями общемирового сообщества, 30 % из них подчеркивает тесную связь с традиционными болгарскими ценностями, а 10 % видит свое будущее в сочетании традиции и новых веяний.

Таким образом, проанализированные работы студентов магистратуры позволяют выявить общую тенденцию формирования культурной идентичности в среде нового поколения. Молодые болгары все чаще позиционируют себя не только в балканской, но и в европейской и мировой культурной среде. Неслучайно у ряда авторов работ можно встретить определение «гражданин мира» как выражение самоидентификации.

Библиография

Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д. і Садохин А.П. (2002), *Основы межкультурной коммуникации*, Юнити-Дана, Москва.

Попова Е. (2001), *За българите работата не е най-важното*. Интервю с проф. Хеерт Хофстеде в България на 25 октомври, https://www.karieri.bg/news/19417_za_bulgarite_rabotata_ne_e_nai-vajното .

Потребности и мотивация на поведението според Ерик Фром, <http://www.psicholoji.info/2019/11/potrebnosti-motivacia-from.html>.

Скворцов Н.Г. (1997), *Проблема этничности в социальной антропологии*, Изд-во СПбГУ, Санкт-Петербург.

Тен Ю.П. (2007), *Культурология и межкультурная коммуникация*, Феникс, Ростов-на-Дону.

Токарев С.А. (1986), *Религия в истории народов мира*, Политиздат, Москва.

Цивьян Т.В. (1990), *Лингвистические основы балканской модели мира*, Наука, Москва.

Аннотация

Балканская модель мира через призму бизнес коммуникаций

Болгары, проживающие и работающие как в Болгарии, так и за рубежом, обучаются в очной и дистанционной формах магистратуры «Бизнес коммуникации» НБУ (в профессиональном направлении 3.7.Администрация и управление). Большинство из этих людей либо развивают успешный бизнес в собственном или семейном бизнесе, либо занимают руководящие должности в крупных банках и корпорациях. Для нас крайне важно, что они пришли в Новый Болгарский университет для дальнейшего развития своих практических знаний и навыков, приобретения теоретических знаний в академической среде и получения престижного диплома магистра бизнес коммуникаций с европейским приложением к нему. И сами студенты как болгары разделяют религиозные ценности, традиции и обычаи своих семей и мест рождения, а вместе с этим рассказывают об опыте, полученном в другой культурной среде.

Ключевые слова: МП «Бизнес комуникации», культурная идентичность, культуологические основы комуникации, болгары, 21 век.

Streszczenie

Balkański model świata przez pryzmat komunikacji biznesowej

Bułgarzy, mieszkający i pracujący zarówno w Bułgarii, jak i za granicą, studiują w ramach programu magisterskiego „Komunikacja biznesowa” na Nowym Uniwersytecie Bułgarskim (kierunek 3.7. Administracja i zarządzanie) w trybie stacjonarnym i zdalnym. Większość z tych osób albo prowadzi biznes w ramach własnej lub rodzinnej firmy, albo zajmuje wysokie stanowiska w dużych bankach i korporacjach. Jest dla nas niezwykle ważne, że przyjechali studiować na naszej uczelni, aby dalej rozwijać swoją praktyczną wiedzę i umiejętności, zdobywać wiedzę teoretyczną w środowisku akademickim i otrzymać prestiżowy dyplom magistra w dziedzinie komunikacji biznesowej z europejskim suplementem. Studenci, jako Bułgarzy, podzielają wartości religijne, tradycje i zwyczaje swoich rodzin i miejsc urodzenia, a jednocześnie opowiadają o doświadczeniach zdobytych w innym środowisku kulturowym.

Słowa kluczowe: program magisterski „Komunikacja biznesowa”, tożsamość kulturowa, kulturowe podstawy komunikacji, Bułgarzy, XXI wiek

Summary

The Balkan model of the world through the prism of business communications

Bulgarians living and working both in Bulgaria and abroad are trained in the distance and full-time forms of the master's program „Business Communications“ /in professional direction 3.7. Administration and management/ of the NBU. Most of these people either develop successful businesses in their own or family businesses or hold management positions in large banks and corporations. The extremely pleasant thing for us is that they came to New Bulgarian University to further develop their practical knowledge and skills, to acquire theoretical knowledge in an academic environment and to receive the prestigious diploma of Master of Business Communications with the European application to it. The subject of this article is a reflection on the case study offered for more than 10 years to students in the course «Cultural foundations of communication» on the topic: My cultural identity as a basis for business communications with representatives from other nations. The written developments that I receive are extremely interesting and give scope for reflection on the processes taking place in Bulgaria in the 21st century. By identifying themselves as Bulgarians, the students share the

values, traditions and customs of their families and birthplaces, while also telling about the experience gained in another cultural environment.

Keywords: MA “Business Communications”, cultural identity, cultural foundations of communication, Bulgarians, 21st century