

И.Н.Щеголева, Е.В.Сарафанникова (Воронеж)
WHEN IN ROME, DO AS THE ROMANS DO

Авторы рецензируют сборник статей «ОЧЕРК АМЕРИКАНСКОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ» и делают вывод о том, что обучение коммуникативному поведению должно стать неотъемлемой частью изучения иностранного языка.

The authors of the article review the collected articles «A SKETCH OF AMERICAN COMMUNICATIVE BEHAVIOR», and conclude that teaching communicative behavior should become integral part of foreign language curriculum.

В современных условиях, когда смешение народов, языков и культур достигло невиданного размаха, проблема национальной идентичности и межкультурной коммуникации встала особенно остро. Семинары, конференции, симпозиумы по вопросам культуры; создание обществ, ассоциаций, объединяющих исследователей культурных проблем; включение культурологии в учебный план подготовки специалистов по всем гуманитарным направлениям и даже в программу средней школы – все это свидетельствует о настоящем взрыве интереса к проблемам культуры в целом и межкультурной коммуникации в частности. К сожалению, за этим интересом стоит не только желание обогатить свою культуру путем изучения других, но и другие, грустные и тревожные причины. Происходящие в последние годы политические и экономические изменения и развивающийся научно-технический прогресс с одной стороны, открывают новые возможности, виды и формы общения, а с другой – приводят к столкновению и конфликту культур. Самые очевидные примеры столкновений культур дает реальное общение с иностранцами как в своей, так и чужой стране. В результате такого общения нередко рождаются смешные, анекдотические ситуации, а иногда, к сожалению, случаются неприятности и даже трагедии. Попытка осмыслить коммуникацию, выяснить какие факторы помогают ей, а какие препятствуют, затрудняют общение представителей разных культур, осуществляется в ряде публикаций последних лет.

Именно к таким интересным и актуальным публикациям принадлежит книга «ОЧЕРК АМЕРИКАНСКОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ», написанная в жанре коллективной монографии под

научной редакцией д.ф.н. проф. И.А.Стернина и д.ф.н., доц. М.А.Стерниной.

Монография состоит из пяти глав:

□ *ПРОБЛЕМЫ ОПИСАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ,*

□ *АМЕРИКАНСКИЙ ХАРАКТЕР И КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ,*

□ *АМЕРИКАНСКОЕ ВЕРБАЛЬНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ,*

□ *АМЕРИКАНСКОЕ НЕВЕРБАЛЬНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ,*

□ *ОСНОВНЫЕ РАЗЛИЧИЯ РУССКОГО И АМЕРИКАНСКОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ;*

и двух приложений: «*РУССКИЕ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ АМЕРИКАНЦЕВ*» и «*ИССЛЕДОВАНИЯ, ОПУБЛИКОВАННЫЕ ЧЛЕНАМИ ПРОБЛЕМНОЙ ГРУППЫ «КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ»*».

По словам самих редакторов, эта монографическая публикация является первым и предварительным исследованием в рамках проекта «*РУССКОЕ И АМЕРИКАНСКОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ*», которое осуществляется Воронежским отделением Национального Объединения Преподавателей Английского языка России и Нью-Йоркским отделением Международной Ассоциации преподавателей английского языка говорящим на других языках (TESOL). Однако у читателей уже была возможность ознакомиться с такого рода исследованиями. Мы имеем в виду вышедший в 2000 году первый выпуск сборника «*РУССКОЕ И ФИНСКОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ*», в котором предпринята попытка сопоставительного анализа коммуникативного поведения двух народов.

Второй выпуск увидел свет в Санкт-Петербурге в 2001 году. В настоящее время большим успехом у читателей пользуются различные работы в области межкультурной коммуникации, и, надо сказать, что темп исследований поистине ошеломляющий. (Книга снабжена обширным библиографическим списком). Стремление узнать о 'них' больше объясняется многолетней изоляцией. Сформированные в нашем сознании стереотипы о западной жизни нуждаются в проверке, причем это касается не только

нас, русских. Иностранцу тоже тяжело поверить в то, например, что по улицам наших городов, заваленных снегом, не ходят медведи. Совершенно очевидно, что мы интересны друг другу, но в основном это проявляется на бытовом уровне.

Авторы «ОЧЕРКА» справедливо указывают на ряд существенных объективных причин, в силу которых назрела «необходимость научной систематизации фактов в области национальной специфики общения». Представляется интересным использование понятия *коммуникативного шока*, проявляющегося, по определению авторов, в ментальных и вербальных стереотипных реакциях, которые могут привести к формированию представления о том или ином народе как о некультурном (*русские заставляют гостей пить, так близко подходят, все время улыбаются, дают тебе советы, дотрагиваются до тебя во время разговора, задают личные вопросы* и т.д.). Нельзя не согласиться с тем, что нужна профилактика коммуникативного шока, для чего, в свою очередь, необходимо описание национального *коммуникативного поведения*.

Под коммуникативным поведением в данной работе понимается «совокупность норм и традиций общения народа» [Очерк 2001: 10]. Сам термин ‘коммуникативное поведение’ в этом смысле впервые был использован И.А.Стернинным в работе «О ПОНЯТИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ» и относился к национальному коммуникативному поведению. (В теоретическом плане в настоящее время можно говорить о трех разновидностях коммуникативного поведения: национальном, групповом и личностном.) Задача современной лингвистики, и, в частности, специалистов в области исследований по межкультурной коммуникации, заключается прежде всего в том, чтобы сформировать научные представления о коммуникативном поведении народа как о компоненте его культуры. К тому же научный подход требует создания собственного терминологического аппарата описания, использование определенных методов и приемов, разработку моделей описания коммуникативного поведения. Надо сказать, что авторы «ОЧЕРКА» приложили максимум усилий к осуществлению приведенных выше задач. Так, одна из первых глав сборника полностью посвящена теоретическому аппарату описания коммуникативного поведения,

то есть, читатель сразу получает возможность ознакомиться с определениями понятий, используемых в книге.

Наряду с терминологическим аппаратом авторы представляют разработанные ими образцы описания коммуникативного поведения в рамках двух моделей: *ситуативной и параметрической*.

СИТУАТИВНАЯ МОДЕЛЬ предполагает описание коммуникативного поведения народа в рамках коммуникативных сфер и стандартных коммуникативных ситуаций.

ПАРАМЕТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ представляет собой системное и достаточно формализованное описание коммуникативного поведения на основе некоторой заданной исследователем совокупности факторов, параметров и признаков, по которым может быть описано коммуникативное поведение любого народа.

В целом, данная монография – это реальный шаг, который поможет приблизиться к созданию системы описания коммуникативного поведения, что в будущем должно иметь выход к лингводидактике. Коммуникативное поведение, наравне с обучением говорению, чтению, письму, аудированию и переводу, должно стать неотъемлемой частью в изучении иностранного языка.

Вторая глава «*АМЕРИКАНСКИЙ ХАРАКТЕР И КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ*» содержит три раздела: 1. Доминантные черты американского характера. 2. Доминантные черты американского коммуникативного поведения. 3. Стереотип типичного американца в русском сознании.

Национальный характер определяется авторами как 'психологические стереотипы поведения народа' [40]. Под доминантными чертами национального характера понимаются такие черты, которые в равной степени присутствуют у представителей разных возрастных, социальных, гендерных групп и проявляются представителями данного этноса в разных предметных ситуациях.

В соответствии с результатами проведенных исследований авторы монографии выделяют ряд доминантных черт американского характера, среди которых основными являются независимость, предприимчивость, практичность, национальный эгоцен-

тризм, законопослушность, приоритет деловых отношений над личными.

Исследователи также отмечают некоторые доминантные черты американского коммуникативного поведения, например: общительность, неформальность в общении, эмоциональность, стремление не быть 'личным', не затрагивать личные темы и другие.

Как правило, доминантные черты национального характера складываются у представителей других культур в некий стереотип.

Судя по проведенному авторами анкетированию, студенты воронежских вузов представляют себе американцев следующим образом: высокий, 35-40 лет, спортивного телосложения, светло-волосый, глаза голубые, одет в удобную свободную одежду (джинсы, футболка кроссовки и бейсболка), жует жвачку, улыбается, без комплексов, жизнерадостный, независимый, прагматичный.

Третья глава «ОЧЕРКА» называется «АМЕРИКАНСКОЕ ВЕРБАЛЬНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ». Здесь авторами выделяются три аспекта, которые дали название трем соответствующим разделам внутри главы. Сначала достаточно подробно рассматриваются общие особенности американского вербального коммуникативного поведения, в связи с чем затрагиваются вопросы о ведении монолога и диалога, о тематике общения, о существующих в американской культуре коммуникативных табу. Исследователи также говорят о коммуникативных императивах, то есть неких негласных правилах, которые должны соблюдаться в определенных коммуникативных ситуациях и о таком интересном явлении как политическая корректность, которое проявляется в запрете на употребление в общественных местах определенных слов и выражений и приводит к значительной эфемизации американского общения. Затем авторы переходят к рассмотрению вербального поведения американцев в стандартных коммуникативных ситуациях, к которым они относят ситуации установления контакта, его поддержания и прекращения, ведение спора. Заслуживает внимания такая черта коммуникативного поведения, как модификация поведения собеседника, так как она

существенно различает коммуникативные культуры, в данном случае русскую и американскую.

Авторы справедливо отмечают, что американская коммуникативная культура менее категорична, чем русская, отличается высокой степенью вежливости и мягкостью коммуникативного давления. В американском общении отсутствуют специализированные речевые акты призыва и замечания, совет в виде косвенной модификации поведения собеседника гораздо менее распространен, чем в русской культуре общения. Этот раздел также информирует о том, как принято благодарить, делать комплименты, просить прощения, что говорят в радостных и печальных ситуациях, какие существуют требования в отношении приглашений, планирования встреч и мероприятий. Наконец, последний раздел данной главы рассматривает американское вербальное поведение в так называемых *коммуникативных сферах*, под которыми авторы подразумевают «в широком смысле предметные ситуации, в которых проявляется национальная специфика коммуникативного поведения» [111]. В отличие от стандартных коммуникативных ситуаций, коммуникативные сферы намного меньше структурированы, их формы и нормы более разнообразны. Здесь речь идет о различных видах общения, таких, как общение со знакомыми и незнакомыми людьми, общение между мужчиной и женщиной, приводятся очень интересные факты американского общения в семье, их отношения к иностранцам, взаимоотношений с соседями. В этом разделе вниманию читателей представлено достаточно полное, хотя и схематичное описание самых разных ситуаций, начиная с неформального общения в кафе и заканчивая официальным общением на переговорах, затрагиваются вопросы письменного и телефонного общения.

Несмотря на то, что культура США считается вербальной, невербальному коммуникативному поведению принадлежит значительная роль. Четвертая глава «*АМЕРИКАНСКОЕ НЕВЕРБАЛЬНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ*», по словам самих авторов, не является полным описанием, но здесь представлены наиболее яркие черты американского невербального коммуникативного поведения. К невербальному поведению относится дистанция общения (что касается американцев, то у них поддерживается достаточно

большая дистанция общения), время и место общения. Важнейшим невербальным компонентом американской культуры является личное пространство, которое у них больше, чем у русских, и гораздо лучше защищено. Незнание того, что американцы крайне сдержанно относятся к физическому контакту при общении, 'поможет' вам прослыть некультурным человеком. Что касается мимики, для американцев свойственно постоянное присутствие улыбки во время общения, что не свойственно русским. Крайне важно хорошо ориентироваться в значении жестов, поскольку некоторые из них весьма специфичны. В общем, знание законов невербального общения в другой культуре поможет избежать различных казусов, возникающих из-за такого рода неграмотности. Значительное место в данном разделе отведено описанию так называемого *социального символизма*. Авторы приводят интересные факты, касающиеся символики одежды, праздников и подарков, угощения, украшений, запахов, цифр и даже регионов страны.

Пятая глава посвящена основным различиям русского и американского коммуникативного поведения. Сопоставляя доминантные качества коммуникативного поведения американцев и русских, составители сборника попытались выявить основные различия двух коммуникативных культур. Сначала сравниваются отличия в вербальном, затем – в невербальном поведении, а в заключение, представлено систематизированное описание основных различий в виде параметрической модели.

Отдельно стоит отметить ПРИЛОЖЕНИЕ 1 «РУССКИЕ ГЛАЗАМИ АМЕРИКАНЦЕВ», представляющее собой обобщение результатов эксперимента по выявлению представления о типичном русском в сознании американцев. Несмотря на то, что количество анкетированных (11 человек) вряд ли может считаться достаточным для такого рода обобщений, анализ 'их' ответов все-таки позволяет сделать некоторые крайне интересные для 'нас' выводы.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 представляет собой перечень исследований, опубликованных членами проблемной группы «КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ» (Воронеж) по проблемам американского коммуникативного поведения.

При описании коммуникативного поведения задача исследователя – добиться достаточного уровня типизации коммуникативного признака, который затем конкретизируется с учетом объективных и субъективных условий и в дальнейшем подвергается верификации, наиболее надежным и эффективным способом которой является предоставление информации инокультурным информантам для оценки.

Вообще проблема описания коммуникативного поведения другого народа гораздо сложнее, чем это может показаться с первого взгляда. Источниками материала для данного исследования послужили публицистические работы (страноведческие очерки журналистов, заметки путешественников, воспоминания дипломатов, телепередачи о стране), произведения художественной литературы, кинофильмы, специальная литература (словари, культурологические публикации), были использованы результаты экспериментов и анкетирования, а также включенного наблюдения. Однако нельзя игнорировать тот неоспоримый факт, что выводы, которые делаются по результатам опытов, а также наша интерпретация материала носят глубоко субъективный характер. Человек – носитель определенных стереотипов, он буквально пронизан ими, они являются частью его самого, и поэтому не осознаются им. Мы видим ‘их’, представителей другой культуры, своими глазами, исходя из своих убеждений. Точно так же ‘нас’ они оценивают со своих позиций. Авторы монографии, тем не менее, неоднократно говорят о том, что исследование и не претендует на право быть объективным и подчеркивают необходимость его проверки. Другая проблема упирается в то, какой должна быть эта верификация. Ведь то, что мы, например, можем рассказать о нас самих, также субъективно. Мы с легкостью типизируем себя и других, но в основе этого – все те же укоренившиеся стереотипы. Сами авторы в разделе, посвященном проблемам типизации и верификации описания, пишут следующее: «Опрос самих американцев во многих случаях также приводит лишь к возникновению дополнительных трудностей – американцы сплошь и рядом, в силу национальных же особенностей своего характера, отказываются ‘типизировать’ свой народ» [32]. Нам кажется, что в исследованиях такого рода субъективизм просто неизбежен.

Кроме того, сам жанр коллективной монографии, в написании которой задействован ряд авторов, с одной стороны, позволяет охватить большой объем исследуемого материала, а с другой, – ведет к неизбежным несоответствиям при изложении тех или иных фактов.

В заключение хотелось бы рекомендовать данную работу не только лингвистам и специалистам в области межкультурной коммуникации, но и всем, кому приходится иметь дело с представителями других культур, в частности, американской (бизнесменам, туристам, преподавателям и студентам и т.д.), а также тем, кому просто интересна данная тематика.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Очерк американского коммуникативного поведения. Под ред. И.А.Стернина и М.А.Стерниной. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001.

Получено 27.06.2001 Воронежский государственный технический университет; Воронежский государственный университет