

УДК 811+811.111:316.7:378

О стереотипном речевом поведении как основе обучения межкультурному общению

Л. И. БОГАТИКОВА

Новый подход к обучению иностранному языку и переориентация его на коммуникативное иноязычное образование, в центре внимания которого стоит овладение языком как средством межкультурного общения, и, в частности, иноязычной культурой общения, вызывает новые вопросы и проблемы. Прежде всего, это вопросы, связанные с культурой, национальными особенностями общения, которые проявляются в коммуникативном поведении индивидов определенной лингвокультурной общности.

Основу иноязычного образования составляет культура как образ жизни, традиции, обычаи, ценности, верования людей, что является частью общей культуры человечества и чем учащийся должен овладеть.

Язык есть зеркало культуры, в котором отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира [8, с. 14]. Поэтому эффективность общения, помимо знания языка, зависит от множества факторов: условий и культуры общения, правил этикета, знания невербальных форм выражения (мимики, жестов), наличия фоновых знаний и особенностей коммуникативного поведения представителей данной лингвокультуры.

Национальные особенности коммуникативного поведения индивида как совокупности норм и традиций общения нельзя не заметить. Это касается различных ситуаций: бытовых, деловых, в общественных местах, на работе, дома и проч. Причем эти особенности и различия можно заметить не только в речевом этикете. Различна роль рукопожатий, улыбки, объятий и поцелуев при встрече, форм приветствия и прощания и многое другое. Различается также и тематика общения в гостях, на работе, дома, формы общения (официальное, неофициальное, общение с детьми) и общекультурные нормы (привлечения внимания, прощания, приветствия, извинения, комплиментов, знакомства и проч.).

Существенный отпечаток на коммуникативное поведение, подчеркивающее его национальную специфику, накладывает социальный символизм, который является компонентом национальной культуры и представляет собой «отражение в сознании людей семиотической функции, которую приобретает в той или иной культуре определенное действие, факт, событие, поступок, тот или иной элемент предметного мира. Все эти явления приобретают в культуре народа определенный символический смысл, характерный и единый для всего данного социума или для какой-то определенной социальной, возрастной, гендерной группы» [6, с. 12].

Коллективное бессознательное проявляется, несомненно, в групповых (социальных) представлениях и действиях в сфере культуры как способ организации социума. Человек и человеческое сообщество в своей эволюции стремятся организовать свое социальное пространство, социальные отношения, социальную идеологию и социальные идеалы по законам миропорядка, сгруппированным и выраженным в символах и смыслах. Этот фактор единства и понимания символического смысла во всех культурах отражается в конкретных правилах речевого взаимодействия индивидов, предписывающих типы и нормы поведения, которым они обязаны следовать или которые могут быть наиболее приемлемыми или которым нельзя следовать в данной ситуации. Это также охватывает эксплицитные и имплицитные нормы коммуникации, выделяя аспекты вербальных, невербальных и социальных параметров взаимодействия.

Таким образом, можно сказать, что для каждой культуры характерны свои специфические культурные модели социально приемлемого уместного поведения и эффективного для достижения целей общения (взаимодействия). И в связи с тем, что все люди действуют в соответствии с ожиданиями их общества, их поведение можно назвать стереотипным речевым поведением [5, с.145].

Однако необходимо различать понятие «стереотип» как устойчивое мнение о ком-либо или о чем-либо и понятие «стереотипное речевое поведение» как совокупность определенных норм поведения.

В первом случае это стереотип-представление как «некоторая структура ментально-лингвального комплекса, формируемая инвариантной совокупностью валентных связей, приписываемых данной единице и репрезентирующих образ, представления феномена, стоящего за данной единицей, в его [образа, представления] национально-культурной маркированности при определенной предсказуемости направленных ассоциативных связей (векторов ассоциаций)» [3, с. 178].

Существуют различные стереотипы, включая национальные, которые «в сознании каждого народа имеют свою специфику, обусловленную национальными особенностями мышления данного народа [7, с. 39]. Обычно многие из таких стереотипов народа находят отражение в поговорках и пословицах, раскрывая национально-своеобразный подход данного народа к восприятию и интерпретации действительности. Если сравнить следующие русские ментальные стереотипы и американские, то можно сразу увидеть их национальную специфику:

– русские стереотипы: гостя надо угостить; кто не с нами, тот против нас; богатый – значит вор и др.;

– американские стереотипы: новый – значит лучший; богатый -- значит умный; мои личные права никто не должен ущемлять и др.

В особую группу можно выделить межкультурные стереотипы, т. е. такие стереотипы, основу которых составляет взаимовосприятие представителей разных лингвокультурных общностей. Иными словами, это такие стереотипы, которые формируются в сознании людей и которые показывают, как воспринимается, понимается и интерпретируется ими действительность иноязычной культуры и представители другой, отличающейся от данной, лингвокультурной общности. В данном случае стереотипы выступают как условные «ярлыки», наклеиваемые на людей и явления. Они участвуют в создании устойчивых взглядов, определяющих отношение к некоторым идеям, людям и предметам. И, конечно, ни один человек не может прожить без «автоматизмов» в восприятии и мышлении, хотя бы в силу того, что обдумывать каждую ситуацию у него не хватит ни психических сил, ни времени. Примером таких стереотипов могут служить стереотипы типичного американца в русском сознании и стереотипы русского в американском сознании:

– русские считают, что американцы дружелюбные, гостеприимные, расчетливые, оптимистические, деловые, высокомерные, уверенные в собственной правоте, амбициозные, независимые, трудолюбивые, энергичные, патриотичные и т.д.;

– по мнению американцев, русские – образованные, интеллектуальные, бедные, эмоциональные, страстные, религиозные, терпеливые, гордые, гостеприимные, трудолюбивые, но выглядят всегда грустными, серьезными, даже свирепыми и угрожающими, голодными, испуганными, усталыми, несчастными, замерзшими, напряженными и любят водку, жирную пищу, книги, друзей, музыку и проч. [4, с. 294-295].

Стереотипы поведения представляют собой инварианты деятельности, определяют коммуникативное (и в том числе – вербальное) поведение в той или иной коммуникативной ситуации и хранятся в сознании в виде штампов и выступают в роли канонов [3, с. 179]. Фактически, эти стереотипы предписывают определенное поведение и связаны с речевым поведением, характеризуют и обуславливая его, проявляясь в нем в виде штампов сознания, норм и правил общения.

Стереотипное речевое поведение как культурно обусловленное и социально уместное проявляется, прежде всего, в определенных нормах поведения, общепринятых в данной лингвокультурной общности, среди которых наиболее доминантными являются вежливость, уважение, рациональность поведения.

Одним из наиболее эффективных методов обучения межкультурному общению является моделирование коммуникативного поведения носителя языка в опоре на его национальные особенности, которые, в сущности, составляют основные характеристики стереотипного речевого поведения. В отношении американского коммуникативного поведения таковыми являются коммуникативная приветливость, демократизм, неформальность в общении; саморепрезентация и демонстрация своих успехов; правдивость, предприимчивость и деловитость общения; уважение независимости других; самостоятельность суждений; общительность, открытость, прямота в общении; выраженная доброжелательность; стремление к компромиссу в общении; ситуативность эмоционального поведения; толерантность и высокая доля юмора в общении.

В связи с тем, что вербальное общение всегда сопровождается различными невербальными средствами, это также необходимо учитывать, поскольку, на наш взгляд, последние акцентируют и усиливают прагматическое значение вербальных средств, т.е. они подчеркивают и уточняют явные и скрытые цели высказывания, косвенные смыслы, помогают определить отношение адресата к сказанному, интересы, мнение, взгляды, психологическое состояние, особенности характера и способности понимания адресата (прагматические предположения) и, в конечном итоге, правильно понять и интерпретировать высказывание, намерение говорящего и всю ситуацию в целом. Многие факты и наблюдения свидетельствуют о том, что невербальное коммуникативное поведение одной культуры отличается от невербального коммуникативного поведения другой культуры, в том числе - жесты, мимика, телодвижения; дистанция общения и прочее; включая социальный символизм (невербальную демонстрацию уважения к собеседнику, доброжелательности, символику подарков, угощений и манеры речи (здесь имеется в виду все то, что составляет коммуникативную грамотность, т.е. совокупность коммуникативных знаний, умений и навыков человека, позволяющих ему эффективно общаться в стандартных коммуникативных ситуациях в письменной и устной форме и знание норм, правил и приемов эффективного и бесконфликтного общения и умение адекватно применить их в нужной коммуникативной ситуации) [7, с. 45-46].

Исходя из вышесказанного, нам представляется наиболее целесообразным и эффективным в обучении межкультурному общению моделирование коммуникативного поведения в следующей последовательности: овладение речевым этноэтикетом > речеповеденческими стратегиями фатического общения > коммуникативно-прагматическими стратегиями > формирование межкультурной компетенции в процессе моделирования ситуаций межкультурного общения.

Моделирование стереотипного речевого поведения предполагает использование приема паттернирования, «понимаемое как воспроизведение стереотипов поведения, как подражание культурному образцу, цель которого научиться говорить, вести себя как это делает носитель языка в подобной ситуации» [1, с. 31]. По сути дела, это представляет собой имитацию культурного образца. Паттернирование реализуется с помощью ролевых игр, включая сопоставительное моделирование (сравнение со стереотипами родной культурой, напр., употребление притяжательных местоимений как выражение индивидуально-коммуникативного стереотипа; вежливость и компромисс как одна из коммуникативных стратегий британцев в сравнении с американской коммуникативной стратегией, склонной к состязательности; акцент и др.) и разыгрывание ситуаций общения, например:

а) Ирина звонит своей подруге в Америку:

Кейт: Мы уже так долго говорим. Давай не будем дальше тратить твои деньги.

Ирина: _____

б) Сергей только что встретил Майкла, с которым проучился несколько лет в университете:

Майкл: Я наконец-то нашел такую замечательную работу в ...!

Сергей: Здорово! И много тебе там платят?

Майкл: _____

Для моделирования стереотипов вербального и невербального поведения иной культуры в целях овладения коммуникативно-прагматическими стратегиями можно использовать такие ситуации, основу которых, в нашем понимании, должны составлять механизмы ком-

муникативных стратегий (стремление к общению, выражение эмоций, коммуникативная настойчивость в достижении цели, деловитость стиля обсуждения вопроса, аргументация и др.), характерных для данной культурно-языковой среды, с одной стороны, и, с другой, - различие коммуникативных категорий, определяющих организацию всего процесса межкультурной коммуникации. Например:

– «Вы сидите на скамейке в парке и мимо проходят по очереди супруг/супруга, сосед/соседка, иностранец и видит вас и садится рядом. Как Вы отреагируете? На каком расстоянии он/она должны сесть от Вас, чтобы чувствовали себя комфортно? О чем Вы будете говорить?» («Коммуникативная дистанция»).

– «Во время интервью с работодателем продемонстрируйте свои успехи и представьте себя так, чтобы он получил о вас приятное впечатление и как это принято в американском коммуникативном поведении» («Коммуникативная саморепрезентация»).

Кроме того, целесообразно также использовать такие приемы, как «культурный ассимилятор», «критические ситуации», «культурные капсулы», «метод аудиомотора» и проч. Культурный ассимилятор – это использование различных ситуаций, которые вызывают непонимание или даже коммуникативный шок, под которым подразумевается «резкое осознаваемое расхождение в нормах и традициях общения народов, проявляющееся в условиях непосредственной межкультурной коммуникации и не понимаемое, вызывающее удивление, неадекватно интерпретируемое или прямо отторгаемое представителем гостевой лингвокультурной общности с позиций собственной коммуникативной культуры» [6, с. 13]. Учащемуся предлагается выбрать объяснение поведения в данной ситуации из предложенных вариантов с последующим комментированием выбранного варианта коммуникативного поведения. Это ситуации типа:

– Вы хотите сфотографировать ребенка, но как только Вы вынимаете фотоаппарат, появляется мужчина и начинает кричать на Вас.

а) Вы колеблетесь, затем фотографируете другой объект.

б) Вы видите, что мужчина не хочет, чтобы фотографировали ребенка, но не понимаете почему. Однако Вы извиняетесь и прячете фотоаппарат.

в) Вы подождете, пока мужчина не отвернется и сфотографируете ребенка.

Культурные капсулы – это короткие рассказы с картинками или видеоклипы, представляющие отрезок действительности иноязычной культуры и демонстрирующие стереотипное речевое поведение. Несколько таких культурных капсул составляет культурный блок или комплекс, разрывание которых переходит в минидраму или ролевую игру.

Метод аудиомотора заключается в изучении коммуникативного поведения и речеповеденческих стратегий на примерах конкретных ситуаций и их моделирование в различных ситуациях. Этот метод предполагает посещение различных общественных мест, где можно смоделировать определенные ситуации общения и где учащиеся могли бы научиться иноязычной культуре общения на практике (посещение магазинов, выставок, ресторанов и проч.).

Использование различного аутентичного материала и технических средств существенно повышает эффективность развития культурно-языковой интуиции и формирования межкультурной компетенции, являясь эффективным средством демонстрации и моделирования стереотипного речевого поведения.

Abstract. The article discusses the issue of stereotype speech behaviour emphasizing the idea that it is specific for a certain culture. A set of techniques is proposed to develop interaction skills focusing the attention on the peculiarities of the American's mentality, national character and social relations.

Литература

1. Н.В. Барышников, Параметры обучения межкультурной коммуникации в средней школе // Иностранные языки в школе. – 2002, № 2. – С. 28-31.

2. Г.П. Грайс, Логика и речевое общение //Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. – С. 96-105.
3. В.В. Красных, Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: «Гнозис», 2002.
4. О.А. Леонтович, Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. – Волгоград: «Перемена», 2002.
5. Н. Л. Овшиева, О стереотипном речевом поведении //Вестник ОГУ, 2002, № 6. – С. 145-148.
6. И.А. Стернин, Очерк американского коммуникативного поведения. - Воронеж, 2001.
7. И.А. Стернин, Введение в речевое воздействие. - Воронеж, 2001.
8. С.Г. Тер-Минасова, Язык и межкультурная коммуникация: (Учебное пособие). – М.: Слово/ Slovo, 2000.
9. И.И. Токарева, Этнолингвистика и этнография общения. – Минск: МГЛУ, 2001.

Гомельский государственный
университет имени Ф. Скорины

Поступило 23.02.06

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ