

О РЕЧЕВОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С ИНОЯЗЫЧНЫМ КОММУНИКАНТОМ

В статье рассматриваются социокультурные стратегии речевого взаимодействия с иноязычным коммуникантом. Доказывается, что этнический менталитет реализуется в стратегиях поведения и определяет их речевое содержание. Определены основные социокультурные стратегии в соответствии с типичными этнопсихологическими особенностями, характерные для носителей разных культур: стратегия коммуникативной дистанционности, стратегия коммуникативной контактности и стратегия коммуникативной самопрезентации. Раскрыто содержание этих социокультурных стратегий на примере носителя американской лингвокультуры.

Ключевые слова: *межкультурное общение, социокультурная компетенция, этнопсихологические особенности, социокультурные стратегии, речевое поведение, иноязычная лингвокультура.*

В процессе межкультурного взаимодействия иноязычные коммуниканты передают свои интенции и ценностные ориентации, облаченные в некую языковую форму, в стратегиях, а получатель сообщения выводит интенцию из этой формы в соответствии со своими этническими ценностными ориентациями. Получатель интерпретирует действия партнера не только на основе семантики языковых единиц, но и на основе представлений о культурных императивах и представлений о языковых предпочтениях этносов.

Этнический менталитет представителя иноязычной лингвокультуры проявляются в стратегиях поведения в процессе межкультурного общения. Ценностная иерархия интенций коммуникантов как национально-культурная категория диктует способы семантизации коммуникативных действий. Выбранные на уровне семантизации стратегии поведения транспонируются на вербальный уровень, где происходит выбор необходимого коммуникативного действия и выбор соответствующих интенциям языковых средств. Вследствие этого, речевое содержание и языковая репрезентация стратегий поведения специфичны для представителей разных лингвокультур.

Стратегия рассматривается как определенный способ речевого поведения, выбранный с учетом этнопсихологических особенностей собеседника и позволяющий достичь наибольшей эффективности в решении коммуникативных задач. В связи с тем, что этнический менталитет иноязычного коммуниканта проявляется в стратегиях поведения в процессе взаимодействия, а достижение коммуникативной цели обеспечивается при условии, что коммуникант использует стратегии поведения с учетом этнического менталитета партнёра по коммуникации, целесообразно в учебных целях определить основные стратегии поведения с представителем любой иноязычной лингвокультуры и обучать студентов языковых вузов использовать эти стратегии в процессе межкультурного общения. Определение основных стратегий поведения и использование их студентами в процессе коммуникации обеспечит эффективное формирование социокультурной компетенции и адекватное межкультурное общение с носителем изучаемой лингвокультуры. Под основными мы имеем в виду наиболее типичные и значимые стратегии, игнорирование которых может послужить причиной интерференции во взаимодействии между представителями разных лингвокультур. Стратегии являются универсальными для представителей разных лингвокультур, но одновременно и национально-специфичными по речевому содержанию и языковой реализации. При определении основных стратегий мы исходим из того, что каждая типичная этнопсихологическая особенность носителя изучаемого языка проявляется в соответствующей стратегии поведения. Так, этнопсихологическая особенность сохранение личного пространства проявляется в стратегии *коммуникативной дистанционности*, этнопсихологическая особенность формальное дружелюбие актуализируется в стратегии *коммуникативной контактности*, а этнопсихологическая особенность позитивное восприятие реализуется в стратегии *коммуникативной самопрезентации* [2].

Стратегия коммуникативной дистанционности предполагает использование речевых средств, обеспечивающих сохранение "территории" собеседника, а именно той части межличностного пространства, которую собеседник считает "своей". Стратегия коммуникативной контактности основана на знании определенных коммуникативных норм, сценариев, речевого этикета, позволяющих постоянно направлять беседу в нужное русло, следуя национальной специфике коммуникативной вежливости. Данная стратегия предполагает взаимную ответственность партнеров за создание комфортной атмосферы общения и гладкого течения беседы на основе адекватного реагирования, которое достигается при помощи особенностей построения ответных реплик и заполнения пауз. Стратегия коммуникативной самопрезентации обеспечивает создание положительного имиджа коммуниканта в глазах окружающих, а также комфортной атмосферы речевого взаимодействия собеседников. Рассмотрим, как выделенные основные стратегии реализуются в американском коммуникативном поведении.

Реализация *стратегии коммуникативной дистанцированности* обеспечивается: 1) косвенностью выражения просьбы, предложения и совета; 2) управлением тематическими контурами разговора с целью избегать вопросов личного характера, отдавая предпочтение вопросам и темам, которые интересны собеседнику; 3) сохранением эмоциональной сдержанности – приоритетом формального общения перед эмоциональным; 4) уклонением от прямого, категоричного ответа; 5) соблюдением личной дистанции на невербальном уровне.

Косвенность выражения просьбы, предложения и совета, уклонение от прямого ответа могут реализовываться посредством: а) смещения временного плана (с Present Simple на Past и Future); б) использования модальных глаголов *could, would, might*; в) использования в условном наклонении модальными модификаторов – сочетаний с глаголами говорения / мышления (типа *say, call, think*) и глаголами предпочтения (типа *like / prefer*); г) акцентуации собственного мнения; д) перенесения акцента на общепринятое мнение; е) использования вопросов как средства смягчения высказывания [4, с. 193, 1].

Управление тематическими контурами разговора с носителем американской лингвокультуры заключается в том, чтобы избегать нежелательных личных вопросов, касающихся возраста, роста и веса собеседника, политических взглядов, религиозного вероисповедания, гражданского и семейного положения, размера заработной платы, успеваемости в школе или в университете и иных подробностей личной жизни [3, с. 76–83]. Подобные вопросы противоречат культурным нормам американского коммуникативного поведения.

Сохранение эмоциональной сдержанности в американской беседе проявляется в приоритете "деловой" части разговора над личной. Структура англоязычной беседы имеет следующий образец: приветствие (*opening*) – введение темы (*feedforward*) – обсуждение (*business*) – сворачивание обсуждения (*feedback*) – прощание (*closing*) [4]. В этой структуре наблюдается приоритет деловой части разговора (*business*) и определённая симметрия других составляющих. Начальный этап, целью которого является установление коммуникативного контакта, обычно включает обращение, приветствие, выражение (положительного) отношения по поводу предстоящего общения и 'small talk'. Аналогичным образом финальный этап, свидетельствующий о завершении коммуникативного контакта, предполагает (в обратном порядке) 'small talk', выражение положительной оценки состоявшегося контакта, благодарности за уделённое время, оказанные знаки внимания и т.п. (при необходимости – приглашение), пожелания и прощание. Цель вводного этапа (*feedforward*) – "подготовка почвы" для дальнейшего обсуждения путём предоставления собеседнику определённой информации, предвещающей "деловую" часть, облегчающей её последующее восприятие и позволяющей частично войти в курс дела. Четвёртый этап – установление "обратной связи" – является своего рода "зеркальным отражением" второго: '*feedback*' предполагает посредством вопросов (как правило, обобщающего характера) выявление ответной реакции (а в случае недопонимания – возвращение к предыдущей стадии и уточнения), оценки результативности беседы. Этот этап сигнализирует о достижении намеченной цели и при помощи резюмирующих реплик и подведения итогов готовит собеседников к плавному переходу к заключительной части общения [1, с. 198–199]. Основным этапом, называемым целеустремлёнными американцами '*business*', предполагает возможность сфокусироваться на сути дела и должен отличаться большей продолжительностью. Следует подчеркнуть, что все вышеописанные составляющие неизменно должны присутствовать. Допустимым отклонением является объединение двух первых и двух последних этапов, что характерно для ситуаций неформального общения (типа '*Hey, look what I've got here...*') ("Эй, посмотри, что у меня есть") [1, с. 200].

Уклонение от прямого, категоричного ответа на нежелательный вопрос может осуществляться посредством использования [5, с. 201–202]: 1) вежливого отказа ответить на нежелательный вопрос – '*I know a lot of people don't mind talking about such thing, but I guess I'm a little old-fashioned*' ("Я понимаю, что многие не возражают против обсуждения подобных тем, но я, наверное, немного старомоден"); 2) юмора – '*I can't tell you all my secrets*' ("Я не могу выдавать все мои секреты"); 3) извинения – '*Even my hairdresser doesn't know for sure what my natural hair color is*' ("Даже мой парикмахер не знает, какой мой натуральный цвет волос"); 4) признания в том, что Вы смущены – '*I have to be honest – I feel rather embarrassed by your question*' ("Я вынужден признать, что меня смущил Ваш вопрос"); 5) ответа вопросом на вопрос – '*Does your question about my marital status have anything to do with ... ?*' ("Разве Ваш вопрос о моем семейном положении имеет какое-либо отношение к ...?") и др.

Итак, для типичной этнопсихологической особенности сохранения личного пространства определена стратегия коммуникативной дистанцированности, использование которой способствует формированию у изучающего иностранный язык умения соблюдать коммуникативную дистанцию с носителем иноязычной лингвокультуры, что означает: 1) косвенно выражать просьбу, предложение, совет; 2) управлять тематическими контурами разговора; 3) сохранять эмоциональную сдержанность; 4) соблюдать личную дистанцию на невербальном уровне.

Типичная этнопсихологическая особенность формальное дружелюбие проявляется в стратегии коммуникативной контактности. Для эффективной реализации *стратегии коммуникативной контактности* используются: 1) инициация и поддержание 'small talk'; 2) удержание внимания и стимулирование коммуникативной активности собеседника; 3) заполнение пауз; 4) изменение темы разговора; 5) плавное завершение разговора; 6) использование различных регистров общения с предпочтением неформального стиля.

Для инициации поддержания 'small talk' характерно использование следующих речевых клише: *'How are you? How are things? How are you doing? How are things with you and Millie? How are you getting on among it all? Did you have a good weekend? ...'*. Важным прагматическим показателем приема инициации и поддержания 'small talk' является употребление местоимений 'you', 'your' или обращения, отвечающих этикетному требованию внимания к собеседнику. В ситуации инициации 'small talk' американцы обычно мало учитывают контекст или статусные различия. Вопрос об общем состоянии дел (*'How are you?'*) может быть задан человеку любой профессии, любого статуса, возраста, независимо от его личных особенностей, настроения, без учета предыдущих встреч и степени знакомства. С целью удержать внимание и стимулировать коммуникативную активность собеседника в основном используются речевые формулы, помогающие разнообразить краткие ответы *да/нет*, которые в традициях англо-американской культуры считаются невежливыми.

Поддерживая непринуждённую беседу, следует внимательно относиться к возможному возникновению пауз, поскольку продолжительное неловкое молчание может свести на нет усилия всего предшествующего разговора. Прием "заполнение пауз" сводится к использованию вопросов трёх типов: 1) краткие вопросы – *'Oh, yes? And so? And then? Really?'*; 2) разделительные вопросы (точнее их финальная часть); 3) вопросы-"эхо", повторяющие реплику. В целях "заполнения пауз" используются также восклицания – *'Wow! Phew! Oh! No!'*, междометия – *'how, what, that'*, "дежурные" слова – *'well; now, I see; let me see...'* и просто звуки [1, с. 282].

Особенностью прекращения коммуникативного контакта является плавное введение разговора в стадию завершения. По сравнению с русскоязычной речевой культурой американцы делают это дольше, замедляя темп обмена репликами в последней фазе диалога и выдерживая более длительные паузы между ними. Когда обеим сторонам ясно, что разговор подходит к концу, один из собеседников может посмотреть на часы и произнести фразы: *'Well, I'm afraid I have to go now'* ("Боюсь, что мне надо идти"). Затем коммуникант переходит к фазе завершения контакта, используя при этом формулы прощания.

Таким образом, для типичной этнопсихологической особенности формальное дружелюбие определена стратегия коммуникативной контактности, которая в процессе взаимодействия реализуется в умении устанавливать и поддерживать коммуникативный контакт с носителем изучаемого языка: 1) инициировать и поддерживать 'small talk'; 2) удерживать внимание и стимулировать коммуникативную активность собеседника; 3) заполнять паузы; 4) изменять тему разговора; 5) завершить разговор.

Для стратегии коммуникативной самопрезентации характерны: 1) подчеркнутая вежливость по отношению к собеседнику при общении; 2) уверенные высказывания о будущем, отсутствие склонности жаловаться на судьбу и личные проблемы; 3) прагматически обусловленная эмоциональная экспрессивность; 4) использование зрительного контакта и улыбки в общении на невербальном уровне.

Подчеркнутая вежливость по отношению к адресату, демонстрация повышенного внимания в американской коммуникативной культуре проявляются в виде: 1) развёрнутых комплиментов, слов сочувствия, выражения сожаления, восторженной оценки, в виде хвалебных отзывов и т.д. 2) подчеркнутого преувеличения – использование экспрессивных эмоционально-окрашенных глаголов, таких как *'enjoy, adore, love, hate, die for, dream'* или прилагательных типа *'happy, delighted, flourishing (in good health), starving (hungry), super, great, horrible, awful, silly'* и т.д. Например, *'Are you hungry? – Oh, yes. I'm starving.'* ("Ты голоден? – О, да. Я умираю от голода"); 3) двойного преувеличения, к которому обращаются в процессе неформального общения, когда коммуниканты стараются таким образом передать своё "искреннее" отношение. Двойное преувеличение создаётся при помощи прилагательных типа *'brilliant, marvelous, fantastic, superb, warmest'* в сочетании с наречиями-интенсификаторами типа *'just, really'* и др.: *'Thank you for a most lovely party!'* ("Спасибо за такую замечательную вечеринку!"); *'That was absolutely marvelous!'* ("Это было просто превосходно!"); *'Truly fantastic!'* ("Действительно необыкновенно!") [1, с. 272–275].

Уверенность американцев как в благоприятном будущем, так и в своей собственной успешности, проявляется в умении показать себя, что особенно прослеживается в ситуациях устройства на работу, заключения договоров, когда от эффективности самопрезентации зависит возможность получения той или иной должности. Реализация стратегии, особенно в дискуссиях и в ситуациях формального характера, обеспечивается техникой открытого представления суждения как личного мнения (*'personalising opinions'*) при помощи различных *'opinion phrases'* [1, с. 256–258].

Эмоциональная экспрессивность как тактика эмотивного общения сознательно используется коммуникантами в целях оказания благоприятного воздействия на окружающих и обычно соблюдается при выражении благодарности, сочувствия, извинения, отказа, вежливого вопроса и т.д. С помощью эмоционально окрашенных фраз можно создавать и сохранять доброжелательную атмосферу вежливого общения, правилами которого предписывается большая сосредоточенность на чувствах собеседника.

Значение улыбки в американской и русскоязычной коммуникативных культурах различается. В американской культуре улыбка означает отсутствие агрессивности, принадлежность к данному социуму, заинтересованность в коммуникации, готовность к сотрудничеству, готовность оказать услугу, почтение и услужливость, благодарность, социальное преуспевание и удачливость, достойный уровень благосостояния. В русскоязычной культуре улыбка означает искреннее выражение очень хорошего настроения, особое расположение к собеседнику, заигрывание, переход к более личным отношениям, насмешку и критику, иногда лукавство (обман), знак почтения к лицу более высокого социального статуса, а также может означать несерьёзность и легкомыслие.

Таким образом, типичная этнопсихологическая особенность позитивное восприятие проявляется в стратегии коммуникативной самопрезентации, которая реализуется в процессе межкультурного общения в умении создавать положительный микроклимат взаимодействия, что означает: 1) быть вежливым по отношению к собеседнику; 2) использовать эмоционально-оценочные средства в общении; 3) открыто выражать свое мнение; 4) акцентировать достоинства и положительные черты; 5) сохранять зрительный контакт в общении; 6) располагать к себе собеседника при помощи улыбки.

Итак, определены основные стратегии поведения с представителем любой иноязычной лингвокультуры и рассмотрено их содержание, которые в процессе межкультурного общения реализуются в умениях обучаемого соблюдать коммуникативную дистанцию, устанавливать и поддерживать коммуникативный контакт, создавать положительный микроклимат взаимодействия.

Использованные источники

1. Кузьменкова Ю. Б. От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев и россиян / Ю. Б. Кузьменкова. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 315 с.
2. Починок Т. В. Формирование у студентов языкового вуза социокультурной компетенции: дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.02. / Т. В. Починок. – Гомель, 2012. – 300 л.
3. Стернин И. А. Очерк американского коммуникативного поведения / И. А. Стернин, М. А. Стернина. – Воронеж : Истоки, 2001. – 206 с.
4. De Vito J. A. Human Communication. The Basic Course / J. A. De Vito. – 6th ed. – New York : Harper Collins College Publishers, 1994. – 110 p.
5. Hybels S. Communicating effectively / S. Hybels, R. Weaver. – New York : Random House, 1986. – 425 p.

Починок Т. В.

ПРО МОВЛЕННЄВУ ВЗАЄМОДІЮ З ІНШОМОВНИМ КОМУНІКАНТОМ

В статті розглядаються соціокультурні стратегії мовленнєвої взаємодії з іномовним комунікантом. Автор розкриває положення про те, що етнічний менталітет реалізується в стратегіях поведінки і визначає їх мовний зміст. Визначені основні соціокультурні стратегії відповідно до типових етнопсихологічних особливостей, характерні для носіїв різних культур: стратегія комунікативної дистанційованості, стратегія комунікативної контактності і стратегія комунікативної самопрезентації. Розкрито зміст зазначених соціокультурних стратегій на прикладі носія американської лінгвокультури.

Ключові слова: міжкультурне спілкування, соціокультурна компетенція, етнопсихологічні особливості, соціокультурні стратегії, мовленнєва поведінка, іномовна лінгвокультура.

Pochinok T. V.

OF VERBAL INTERACTION WITH FOREIGN LANGUAGE SPEAKERS

Examined are the sociocultural strategies of verbal interaction with foreign language speakers. The author believes that ethnic mentality realized in people's behavior determines their verbal strategies. The strategy is defined as a specific way of verbal behavior based on ethnopsychological characteristics of the interlocutor and allows to achieve maximum efficiency in solving communication problems. Strategies are universal for the representatives of different lingua cultures, but at the same time, they have national and specific content of the speech and language implementation.

In determining the major strategies we believe that each ethnopsychological typical feature of native speakers is shown in the sociocultural strategies of behavior. Thus, the preservation of ethnopsychological feature of personal space is manifested in the communicative distancing strategies; ethnopsychological features as formal friendliness actualized in communicative sociability strategies; ethnopsychological feature – a positive outlook is realized in self-communication strategy. The strategy of distancing communication involves the use of speech means to ensure the preservation of the "territory" of the interlocutor. Sociability communication strategy is based on knowledge of the specific communication standards, scripts, speech etiquette, allowing constantly direct the conversation, following the national identity of the communicative politeness. This strategy implies mutual partners responsible for the creation of a comfortable atmosphere of communication and smooth flow of conversation on the basis of an adequate response, which is achieved by features of the construction of the replica of response and the filling breaks. Communicative self-strategy provides creating a positive image in the eyes of a partner and a comfortable atmosphere for verbal interaction. The content of the mentioned above sociocultural strategies is demonstrated through American native speakers' culture.

Key words: intercultural communication, sociocultural competence, ethnopsychological characteristics, sociocultural strategies, verbal behavior, foreign language culture.

Стаття надійшла до редакції 12.07.2017.