6. Карасик В. И. Структура институционального дискурса / В. И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов, 2000. – С. 25–33.

7. Попова Т. П. Характеристики институционального дискурса / Т. П. Попова // ИСОМ. – 2015. – № 6-2. – С. 295–300.

8. Посвящение первокурсников ВолгГМУ 2019 года в студенты. – Режим доступа: https://vk.com/videos-121794?z=video-121794_456239163%2Fclub121794%2Fpl_-121794_-2 , свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

References

1. Astafurova T. N., Olyanich A. V. Lingvosemiotika instituta vysshego obrazovaniya // Vestnik VoLGU. Seriya 2, Yazykoznanie. 2013, № 1 (17), pp. 71–78.

2. Astafurova T. N., Goncharova D. A. Lingvosemioticheskoe prostranstvo shkol'nogo obrazovaniya Anglii // Vestnik VoLGU. Seriya 2: Yazykoznanie, 2016, № 1, pp. 124–130.

3. Astafurova T. N., Goncharova D.A. Smeshannye znaki v semiotike angloyazychnogo obrazovatel'nogo diskursa // Vestnik VoLGU. Seriya 2, Yazykoznanie, 2014, № 4 (23), pp. 64–69.

4. Dem'yankov V. Z. Anglo-russkie terminy po prikladnoj lingvistike i avtomaticheskoj pererabotke teksta. Vyp. 2. Metody analiza teksta. Vsesoyuz. centr perevodov. Tetradi novykh terminov, 39. M., 1982, p. 288.

5. Evtushenko O. A. Administrativnyy diskurs: tipy, sub"yekty, dinamika. Volgograd: Printerra, 2018, p. 191.

6. Karasik V. I. Struktura institucional'nogo diskursa // Problemy rechevoj kommunikacii. Saratov, 2000, pp. 25–33.

7. Popova T. P. Kharakteristiki institucional'nogo diskursa // ISOM, 2015, № 6-2, pp. 295–300.

8. Posvyashchenie pervokursnikov VolGGMU 2019 goda v studenty. Available at: https://vk.com/videos-121794?z=video-121794_456239163%2Fclub121794%2Fpl_-121794_-2.

doi 10.21672/1818-4936-2021-78-2-035-038

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ КАК СПОСОБ ПОЗНАНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ МИРА

Коннова Ольга Викторовна, *кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный медицинский университет, 414000, Россия, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121, vip.konnova@bk.ru*

Романова Инга Владимировна, *старший преподаватель, Астраханский государственный медицинский университет, 414000, Россия, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121, romanovainga1989@gmail.com*

В статье рассматриваются особенности межкультурного общения представителей различных этносов. В последнее время данная проблема вызывает повышенный интерес у исследователей различных стран. Существует масса классификаций различных культур. В данной статье рассматриваются точки зрения таких учёных, как Х. Спенсер-Оути, Р. Льюис, Г. Хофстеде. Авторы исследуют степень связи национальной культуры с индивидуальным поведением, межкультурные особенности на уровне вербальной и невербальной коммуникации, а также на уровне обычаев и традиций.

Ключевые слова: теория поведения, национальная культура, коммуникация, индивид, поведение, традиция

THE PECULIARITIES OF COMMUNICATIVE BEHAVIOR AS A METHOD OF KNOWING AND PERCEIVING THE WORLD

Konnova Olga V., *Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor, Astrakhan State Medical University, 414000, Russia, Astrakhan 121 Bakinskaya st., vip.konnova@bk.ru*

Romanova Inga V., *Senior Teacher, Astrakhan State Medical University, 414000, Russia, Astrakhan, 121 Bakinskaya st., romanovainga1989@gmail.com*

This article examines the features of intercultural communication between representatives of different ethnic groups. Recently, this problem has attracted increased interest among researchers from various countries. There are many classifications of different cultures. This article examines the points of view of such scientists as H. Spencer-Outy,

R. Lewis, G. Hofstede. The authors investigate the extent to which national culture is associated with individual behavior, as well as intercultural characteristics at the level of verbal and non-verbal communication, as well as at the level of customs and traditions. The article is devoted to national culture and its relationship with individual behavior and values.

Keywords: theory of behavior, national culture, communication, individual, tradition

Сегодня существуют невероятные возможности познания мира во всём его разнообразии. Просторы сети Интернет позволяют связывать страны и континенты. Однако важно обладать не только знаниями языка на уровне, достаточном для общения, хотя и требования к знаниям языка международного общения, несомненно, возросли. Необходимо учитывать не только правила официальной переписки, но и владеть навыками знакового общения. Не менее важно учитывать специфику другой культуры. В мире существует более двухсот стран. Совершая деловые поездки или путешествия во время отпуска, мы используем иностранный язык как средство обмена информацией (как правило, английский). Однако для продуктивного и длительного общения необходимо осуществлять мультикультурную коммуникацию. Знание специфики другой культуры очень важно.

Существует масса интерпретаций и теорий поведения среди представителей различных этносов и культур. Вот одно из определений культуры, данное Хелен Спенсер-Оути: «Культура – нечёткое множество отношений, верований, поведенческих конвенций и основных предположений и ценностей, которые разделены группой людей, и это оказывает влияние на поведение каждого участника и на интерпретацию каждым участником "значения" поведения других людей» [6, с. 9].

При осуществлении того или иного вида общения мы попадаем под культурное влияние собеседника. Этот процесс может протекать незаметно для нас. Рассмотрим сравнительное описание коммуникативного поведения людей, которое позволяет увидеть некоторые формы проявления национальных специфических особенностей коммуникативного поведения той или иной культуры:

1. Отсутствие национальных специфических особенностей. В этом случае коммуникативные особенности обеих культур совпадают. Например, это можно наблюдать во всех европейских культурах при знакомстве, принесении извинений, приветствии, прощании.

2. Наличие национальных специфических особенностей. Здесь мы можем заметить различия в коммуникативном поведении, а также коммуникативные особенности языка тела. Например, жест «большой палец» существует в большинстве европейских культур, но в российской коммуникативной традиции это более эмоциональная и энергичная особенность. Указательный палец и средний пальцы, поднятые вверх, в российской коммуникативной культуре означают «два», в Ирландии такой жест вульгарен и не соответствует российской интерпретации; если Вы хотите, чтобы у Вашего жеста было то же значение, что и в России, Вы должны повернуть ладонь вниз.

Другая модель коммуникативно-лингвистических различий предложена Ричардом Льюисом [5, с. 228]. По словам учёного, люди со всего мира могут быть разделены на три основные категории, базирующиеся не на национальности или религии, а на поведении. Он назвал эти типы линейно-активным, мультиактивным и реактивным.

Линейно-активный. Обычно это представители англоязычных стран, включая Скандинавию и германские страны.

Мультиактивный. Представители этого вида культур более рассеяны: южная Европа, средиземноморские страны, Южная Америка, Африка к югу от Сахары, арабы и другие культуры на Ближнем Востоке, Индии и Пакистане и большинство славянских народностей.

Реактивный. Люди, которые принадлежат этой группе, обычно живут во всех крупнейших странах Азии, кроме Индостана.

Рассмотрим эти виды на примере русской и финской культур.

Согласно данной типологии, русские принадлежит к мультиактивному типу. Если сравнивать нашу культуру с культурой финского народа, принадлежащего к линейно-активному типу, то можно выделить следующие особенности. Финны более спокойны и привыкли делать всё достаточно медленно. Например, в Финляндии время обслуживания клиентов протекает медленно для русских, но другие люди кажутся удовлетворёнными и не возражают против ожидания. В банках и ресторанах быстрого питания нашей страны обслуживание клиентов происходит намного быстрее. Одна из особенностей мультиактивных культур – отсутствие терпения. Кроме того, финны – сдержанные люди, в то время как русские более эмоциональны. Например, в Финляндии вы не

встретите людей, целующихся на улице, а в России подобное поведение является демонстрацией романтичного чувства.

Связь национальной культуры с индивидуальным поведением – это тема, которая недавно начала интересовать сообщество зарубежных учёных. В течение последнего столетия некоторые исследователи обнаружили, что культура влияет на поведение людей. Зачастую люди ведут себя по-разному и предсказуемо, но их поведение зависит от ситуации и их социальной идентичности, которая, в свою очередь, формируется обществом, а также ценностями и культурой, адаптированными нацией [1, с. 85]. Следовательно, каждый человек опирается на культуру своей нации. Культура подобна ментальному программированию, производимому социальной средой и жизненным опытом. В основе поведения каждого человека лежат модели мышления, действий и чувств, которые фиксировались на протяжении всей его жизни. Национальная культура может разделяться большинством членов сообщества; взрослые люди сообщества стараются передать её самым молодым, и она формирует поведение, ценности, мораль, обычаи и законы человека. Человека начинают программировать с детства, когда ребёнку легче учиться и усваивать информацию. Члены семьи учат младенца первым «шагам» в жизни.

Впоследствии роль семьи усиливается школой, соседями и друзьями. В подростковом возрасте человек становится более независимым и пытается быть активной частью жизни сообщества. Таким образом, молодёжные партии и организации лучше развивают ментальное программирование. Наконец, через университет и, следовательно, рабочую среду, человек формирует своё поведение, которое имеет тесную связь с национальной культурой родной страны. Действительно, человек не может легко изменить некоторые черты, которые присущие его национальной культуре. Например, одной из сильнейших ценностей национальной культуры уроженцев Кипра является гостеприимство. За пределами острова эта особенность поведения становится весьма заметной. Кому-то это нравится, а кто-то считает подобное поведение «фальшивым». Этот пример показывает культурные различия и то, что национальная культура лежит в основе человеческого поведения.

Особенности национальной культуры могут проявляться также в определённых традициях и этикете. Например, Герд Хофстеде говорил: «Приветствовать, есть, показывать или не показывать свои чувства, скрывать определённое физическое расстояние от других, заниматься любовью или поддерживать гигиену тела» [3, с. 391]. Приветствие – это индивидуальное повседневное поведение, которое различается в зависимости от страны. Есть разные способы приветствия: поцелуй в губы, рукопожатие, почтение, махание рукой и поцелуй в щёку. В этом и заключается национальная культура. Приветствие – это своего рода жест или знак. Это побуждает нас ссылаться на ценность национальных символов, героев, ритуалов и ценностей в формировании поведения человека. Символы – это слова, жесты, изображения или предметы, которые несут определённое значение, которое признают только те, кто разделяет эту культуру. У каждой нации свой флаг, язык, одежда, мода и т. д. На поведение человека неизбежно влияют национальные символы. Например, национальное животное Кипра – муфлон, а для представителей других стран это животное может быть совершенно незнакомо. Кроме того, хорошим примером является ткань «паранджа», которую в основном носят женщины ислама, и это убедительное доказательство того, что национальная культура лежит в основе поведения человека. У каждого человека есть герой – человек, которым восхищаются и которому подражают. Герои – это люди, живые или мёртвые, реальные или вымышленные, обладающие качествами, которые высоко ценятся в культуре и служат образцом поведения. У каждой нации есть свои герои, например, Попай на Мальте, Зорба в Греции или Обеликс во Франции.

Кроме того, частью национальной культуры являются различные ритуалы. В одной из своих работ Хофстеде писал: «Ритуалы – это коллективные действия, технически излишние для достижения желаемых целей, но которые в рамках культуры считаются социально важными: поэтому они выполняются ради них самих. Своеобразным ритуалом является религия, которая влияет на поведение людей. Среди наций существует несколько религий, таких как христианство, мусульманство, буддизм и т. д. Поведение религиозного человека определяется правилами. Например, христианин идёт в церковь и крестится, а мусульманин идёт в мечеть и кланяется три раза в день, или христианин уважает и почитает Христа, а буддист поклоняется Будде. Другой вид ритуала – культурные праздники и обычаи. Например, киприоты празднуют первый день весны, шествуя по главной улице города, в то время как некоторые другие народы

зимой плавают в холодном море, чтобы встретить Рождество. Как мы видим, у каждого народа есть свои обычаи, как и у его граждан» [4, с. 75].

Более того, стержень национальной культуры – это ценности, то, что мы считаем правильным, или неправильным, хорошим или плохим. Гросс (1985) предложил «три разных типа ценностей: интегративные, регулирующие, директивные и мотивирующие, которые влияют на различные аспекты нашей жизни». Интеграционные ценности – это те ценности, которые ведут людей к коллективу, в то время как мотивирующие ценности помогают человеку формировать коллективные мысли об интересах и потребностях. Согласно Гэмблу и Гибсону (1999), ценности существуют только в социальном контексте, таком как национальная культура, семья, региональное сообщество и рабочие группы [2, с. 230].

Список литературы

1. Кошелева О. Н. Текст как средство коммуникации / О. Н. Кошелева, И. В. Романова, Т. А. Смахтина // Современные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков : мат-лы VI междунар. заоч. науч. конф. (г. Астрахань, 30 апреля 2019 г.). – Астрахань, 2019. – С. 84–87.

2. Gamble P. R. Executive Values and Decision Making: The Relationship of Culture and Information Flows / P. R. Gamble, D. A. Gibson // Journal of Management Studies. – 1999. – Vol. 36, No 2. – P. 218–240.

3. Hofstede G. The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept / G. Hofstede // The Academy of Management Review. – 1984. – Vol. 9, No 3. – P. 389–398.

4. Hofstede G. The Colours of Collars / G. Hofstede // Columbia Journal of World Business. – 1972. – Vol. 7, No 5. – P. 72–80.

5. Lewis Richard D. Finland, Cultural Lone Wolf / Lewis Richard D. – Reference & Research Book News, 2004. – 228 p.

6. Spencer-Oatey H. Introduction: Language, Culture and Rapport Management / H. Spencer-Oatey // H. Spencer-Oatey (Ed.), Culturally Speaking – Managing Rapport through Talk across Cultures. Contiuum, 2000. – P. 1–11.

References

1. Kosheleva O. N., Romanova I. V., Smahtina T. A. Tekst kak sredstvo kommunikacii // Sovremennye problemy filologii i metodiki prepodavaniya inostrannyh yazykov (Astrakhan, 30 April 2019). Astrakhan, 2019, pp. 84–87.

2. Gamble P. R., Gibson D. A. Executive Values and Decision Making: The Relationship of Culture and Information Flows // Journal of Management Studies, 1999, Vol. 36, No 2, pp. 218–240.

3. Hofstede G. The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept // The Academy of Management Review, 1984, Vol. 9, No 3, pp. 389–398.

4. Hofstede G. The Colours of Collars // Columbia Journal of World Business, 1972, Vol. 7, No 5, pp. 72–80.

5. Lewis Richard D. Finland, Cultural Lone Wolf Reference & Research Book News, 2004. 228 p.

6. Spencer-Oatey, H. Introduction: Language, Culture and Rapport Management // H. Spencer-Oatey (Ed.), Culturally Speaking – Managing Rapport through Talk across Cultures. Contiuum, 2000, pp. 1–11.