Содержание

# Введение

**Глава I. Национальные особенности общения**

**I.I. Понятие общения и его основные составляющие**

**I.II. Национальное коммуникативное поведение**

**I.III. Понятие менталитета и национального характера**

Глава II. Национальные особенности американского коммуникативного поведения

**II.I. Основные черты американского национального характера и его отражение в языке**

**II.II. Особенности американской светской беседы**

**Заключение**

**Литература**

## Введение

Лингвистика XXI в. активно разрабатывает направление, в котором язык рассматривается как культурный код нации, а не просто орудие коммуникации и познания.

Язык не только отражает реальность, но интерпретирует ее, создавая особую реальность, в которой живет человек. Именно поэтому философия рубежа тысячелетий развивается на базе использования языка. А. М. Хайдеггер, выдающийся мыслитель нашего времени, назвал язык «домом бытия».

Язык рассматривается как путь, по которому мы проникаем не только в современную ментальность нации, но и в воззрения древних людей на мир, общество и самих себя. Отзвуки давно минувших лет, пережив века, сохраняются сегодня в пословицах, поговорках, фразеологизмах, метафорах, символах культуры и т.д.

Известно, что человек с детства усваивает язык и вместе с ним культуру своего народа. Все тонкости культуры народа отражаются в его языке, который специфичен и уникален, так как по-разному фиксирует в себе мир и человека в нем. (10, с. 18)

Слова связывают людей, объединяют их через общение. Без общения нет общества, без общества нет человека социального, нет человека культурного, человека разумного, homo sapiens.

Общение, коммуникация является неотъемлемой частью жизни людей, влияет на их развитие, поведение, познание мира и самих себя как части этого мира. И всякая попытка осмыслить комму­никацию между людьми, понять, что ей мешает и что способствует, важ­на и оправданна, так как общение — это столп, стержень, основа суще­ствования человека. (9, с. 6)

Такая попытка особенно важна сейчас, когда смешение народов, язы­ков, культур достигло невиданного размаха и как никогда остро встала проблема воспитания терпимости к чужим культурам, пробуждения интереса и уважения к ним, преодоления в себе чувства раздражения от избыточности, недостаточности или просто непохожести других куль­тур. Именно этим вызвано всеобщее внимание к вопросам межкультур­ной, международной коммуникации. (16, с. 24)

Данная курсовая работа посвящена американскому коммуникативному поведению.

Цель курсовой работы – выделить и описать основные особенности американского коммуникативного поведения.

Для достижения данной цели следует решить следующие задачи:

* изучить литературу по проблеме;
* раскрыть понятие менталитета и национального характера;
* выявить основные особенности американской светской беседы.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в процессе осуществления коммуникации, его предметом – основные черты менталитета и национального характера американцев.

Эта проблема очень важна для изучающих английский язык в связи со стремительным развитием международных отношений, широким распространением американского варианта английского языка и, следовательно, потребностью в грамотной и плавной речи, построенной в соответствии с законами языка.

**Глава I. Национальные особенности общения**

**I.I. Понятие общения и его основные состовляющие**

Общение – сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга. Субъектами общения являются живые существа, люди. В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становиться осознанным, связанным вербальными и невербальными актами. Человек, передающий информацию, называется коммуникатором, получающий ее – реципиентом.

В общении можно выделить ряд аспектов: содержание, цель и средства. Содержание общения – информация, которая в межиндивидуальных контактах передается от одного живого существа другому. Это могут быть сведения о внутреннем состоянии субъекта, об обстановке во внешней среде.

Цель общения – отвечает на вопрос «Ради чего существо вступает в акт общения?». Здесь имеет место тот же принцип, что уже упоминался в пункте о содержании общения. Цели могут быть весьма и весьма разнообразными и являть собой средства удовлетворения социальных, культурных, творческих, познавательных, эстетических и многих других потребностей. (17, с. 48)

Средства общения – способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому. Кодирование информации – это способ ее передачи.

Процесс общения (коммуникации) состоит непосредственно из самого акта общения, коммуникации, в котором участвуют сами коммуниканты, общающиеся*.* Коммуниканты должны совершать само действие, которое мы и называем общением*,* т.е. делать нечто (говорить, жестикулировать, позволять "считывать" со своих лиц определенное выражение, свидетельствующее, например, об эмоциях, переживаемых в связи с тем, что сообщается). А необходимо определить в каждом конкретном коммуникативном актеканал связи. (12, с. 72)

К структуре общения можно подойти по-разному, в данном случае будет охарактеризована структура путем выделения в общении трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной. Таким образом, схематически структуру общения мы представим так:

# Общение

## Коммуникация

Социальная перцепция

## Интеракция

 Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями). Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Рассмотрим эти три стороны общения поподробнее.

*а) Коммуникативная сторона общения.*

Во время акта общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами – субъектами общения. Следовательно, схематично коммуникация может быть изображена так: S S. Следовательно, имеет место обмен информацией. Но люди при этом не просто обмениваются значениями, они стремятся при этом выработать общий смысл. А это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и осмыслена.

Коммуникативное взаимодействие возможно только в том случае, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор) и человек, принимающий ее (реципиент) обладают сходной системой кодификации и декодификации информации. Т.е. «все должны говорить на одном языке».

В условиях человеческой коммуникации могут возникать коммуникативные барьеры. Они носят социальный или психологический характер.

Сама по себе исходящая от коммуникатора информация может быть побудительной (приказ, совет, просьба – рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-либо действие) и констатирующей (сообщение – имеет место в различных образовательных системах).

Модель коммуникативного процесса Лассуэлла включает пять элементов:

КТО? (передает сообщение) – Коммуникатор

ЧТО? (передается) – Сообщение (текст)

КАК? (осуществляется передача) – Канал

КОМУ? (направлено сообщение) – Аудитория

С КАКИМ ЭФФЕКТОМ? – Эффективность.

Можно выделить три позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса: открытая (открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения), отстраненная (держится подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения) и закрытая (умалчивает о своей точке зрения, скрывает ее).

*б) Интерактивная сторона общения.*

Это характеристика тех компонентов общения, которые связаны со взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. Есть два типа взаимодействий – кооперация и конкуренция. Кооперативное взаимодействие означает координацию сил участников. Кооперация является необходимым элементом совместной деятельности, порождается самой ее природой.

Одной из наиболее ярких форм конкуренции является конфликт.

*в) Перцептивная сторона общения* – это процесс восприятия и понимания людьми друг друга.

Все три стороны общения тесно переплетаются между собой, органически дополняют друг друга и составляют процесс общения в целом.

Личность обладает индивидуальными чертами и качествами - интеллектуальными, нравственными, эмоциональными, волевыми, формирующимися под воздействием общества в целом, а также в процессе семейной, трудовой, общественной, культурной жизнедеятельности человека. В общении важное значение приобретает знание и учет наиболее типичных черт поведения людей, свойств их характера и моральных качеств. (9, с. 50)

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

1. Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку.
2. Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы.
3. Обсуждение интересующей проблемы.
4. Решение проблемы.
5. Завершение контакта (выход из него). (1, с. 84)

**I.II. Национальное коммуникативное поведение**

Под коммуникативным поведением мы понимаем совокупность норм и традиций общения народа. Национальное коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения определенной лингвокультурной общности. Сам термин ‘коммуникативное поведение’ в этом смысле впервые был использован И.А.Стерниным 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.

О нормах коммуникативного поведения можно говорить в четырех аспектах: общекультурные нормы, групповые нормы, ситуативные нормы и индивидуальные нормы. (11, с. 13)

Общекультурные нормы коммуникативного поведения характерны для всей лингвокультурной общности и в значительной степени отражают принятые правила этикета, вежливого общения. Они связаны с ситуациями самого общего плана, возникающими между людьми вне зависимости от сферы общения, возраста, статуса, сферы деятельности и т.д. Это такие ситуации, как привлечение внимания, обращение, знакомство, приветствие, прощание, извинение, комплимент, разговор по телефону, письменное сообщение, поздравление, благодарность, пожелание, утешение, сочувствие, соболезнование. Это – стандартные ситуации. Общекультурные нормы общения национально специфичны. Так, у немцев и американцев при приветствии обязательна улыбка, а у русских – нет. Благодарность за услугу обязательна у русских, но не нужна в китайском общении, если собеседник – ваш друг или родственник. При приветствии коллег у немцев принято рукопожатие, а у русских оно не обязательно и т.д. (2, с. 98)

Ситуативные нормы обнаруживаются в случаях, когда общение определяется конкретной экстралингвистической ситуацией. Такие ограничения могут быть различны по характеру. Так, ограничения по статусу общающихся позволяют говорить о двух разновидностях коммуникативного поведения – вертикальном (вышестоящий – нижестоящий) и горизонтальном (равный – равный). Граница между различными типами подвижна, она может нарушаться. Кроме того, здесь также наблюдается национальная специфика: так, общение мужчины и женщины в русской культурной традиции выступает как горизонтальное, а в мусульманской – как вертикальное; общение старшего с младшим у мусульман гораздо более вертикально, чем у русских и т.д.

Групповые нормы отражают особенности общения, закрепленные культурой для определенных профессиональных, гендерных, социальных и возрастных групп. Есть особенности коммуникативного поведения мужчин, женщин, юристов, врачей, детей, родителей и т.д.

Индивидуальные нормы коммуникативного поведения отражают индивидуальную культуру и коммуникативный опыт индивида и представляют собой личностное преломление общекультурных и ситуативных коммуникативных норм в языковой личности. Подлежат описанию также нарушения общих и групповых норм, характерные для данного индивида. (16, с. 19)

К коммуникативному поведению примыкает социально- и коммуникативно-значимое бытовое поведение – совокупность предметно-бытовых действий людей, получающих в данном обществе, в данной лингвокультурной общности смысловую интерпретацию и тем самым включающихся в общий коммуникативный процесс и влияющих на поведение и общение людей. Это своеобразный ‘язык повседневного поведения’ или *социальный символизм.*

Социальный символизм – это 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 сознании народа и определенный символический смысл, характерный и единый для всего данного социума или для какой-то определенной социальной группы. Социальный символизм является компонентом национальной культуры.

Социальный символизм зачастую не замечается членами социума, хотя довольно строго ‘соблюдается’ – то есть используется, интерпретируется в межличностных отношениях. Символический смысл того или иного явления может быть совершенно не воспринят в другой культуре, не понят, а может и получить там самую неожиданную интерпретацию, что может привести инокультурного человека к прямому конфликту с представителями ‘домашней’ культуры.

Необходимо также остановиться на соотношении понятий коммуникативное поведение и речевой этикет. Коммуникативное поведение – более широкое понятие, чем речевой этикет. Последний связан, в основном, со стандартными речевыми формулами в стандартных коммуникативных ситуациях, отражающими категорию вежливости, а коммуникативное поведение описывает тематику общения, восприятие тех или иных коммуникативных действий носителями языка, особенности общения в больших коммуникативных сферах типа семья, коллектив, иностранцы, знакомые, незнакомые и многих других. Коммуникативное поведение описывает не только вежливое, эталонное общение, но и реальную коммуникативную практику. Коммуникативное поведение включает речевой этикет как составную часть.

В целом, национальная специфика коммуникативного поведения позволяет интерпретировать ее описание как описание одного из аспектов – коммуникативного аспекта – национальной языковой личности. (11, с. 63)

**I.III. Понятие менталитета и национального характера**

Что такое национальный характер? Существует ли он вообще? Насколь­ко правомерно обобщение типичных черт в масштабе целого народа, когда хорошо известно, что все люди — разные? Английская послови­ца на эту тему гласит: *It takes all sorts to make a world* [Мир составляют люди разного сорта]. Можно ли сказать, что It takes one sort to make a nation, то есть что народ составляют люди одного сорта? Или под на­циональным характером подразумевается стереотипный набор ка­честв, приписанных одному народу другими, часто не вполне друже­ственными? (15, с. 102)

По мнению Д. Б. Парыгина, „не вызывает сомнения факт существо­вания психологических особенностей у различных социальных групп, слоев и классов общества, а также наций и народов".

Из аналогичного взгляда исходит и Н. Джандильдин, который определяет национальный характер как „совокупность специфических психологических черт, став­ших в большей или меньшей степени свойственными той или иной со­циально-этнической общности в конкретных экономических, культур­ных и природных условиях ее развития".

С. М. Арутюнян, который так­же признает существование национального характера, или „психоло­гического склада нации", определяет его как „своеобразный нацио­нальный колорит чувств и эмоций, образа мыслей и действий, устойчи­вые и национальные черты привычек и традиций, формирующихся под влиянием условий материальной жизни, особенностей исторического развития данной нации и проявляющихся в специфике ее националь­ной культуры".

Довольно распространенным является мнение о национальном ха­рактере, согласно которому это не совокупность специфических, свое­образных, присущих только данному народу черт, но своеобразный на­бор универсальных общечеловеческих черт. (5, с. 70)

В научной литературе можно проследить две точки зрения на проблему соотношения социального и биологического в национальном характере: согласно первой национальный характер не наследуется от предков, а приобретается в процессе воспитания, согласно второй основу национального характера составляют психофизиологические особенности нации, обусловленные ее генофондом.

Правомерность той или иной точки зрения можно лишь утверждать, ссылаясь на выводы авторов о существовании «некоего ядра», «психофизической константы». По мнению Барулина В.С., менталитет человека характеризуется целостностью, наличием определенного качественного ядра. Этим «неизменным ядром» в национальном характере являются глубинные слои психики, характерные для данного этноса, и являющиеся ничем иным как константной основой национального характера. «В основе национального характера лежат привычные нормы взаимодействия людей, обусловленные типом общества, в котором живет нация. Тогда национальный характер предстает как социальное явление» (15, c.172].

Следует согласиться с позицией В.С. Барулина что «национальный характер есть комбинация природного и социального начал».

Многие исследователи придерживаются точки зрения, что национальный характер способен изменяться по мере развития общества: и народы, и национальные характеры меняются, как с возрастом люди, при этом сохраняя неизменным свое «ядро». В какой мере характер подвержен изменениям и насколько устойчиво этническое «ядро» национального характера, предстоит еще ответить.

Следует отметить, что понятие «национального характера» некоторые авторы идентифицируют с понятием «менталитет» и понимают его либо как присущий представителям данной нации набор основных личностных черт (концепция модальной личности), либо систему основных существующих в этносе представлений: установок, верований, ценностей, умонастроений и т.п. (концепция социальной личности). Менталитет и характер не синонимы. Отличие менталитета от национального характера в том, что последний, являясь составной частью ментальности, включает общие психофизиологические черты жизнедеятельности (определяемые принятой нацией системой ценностей). Понятие «менталитет» по содержанию гораздо шире, чем понятие «национальный характер». (10, с.128)

**Выводы:**

1. Общение строится по следующей схеме: установка контакта → ориентировка в ситуации → обсуждение проблемы → решение проблемы → завершение контакта. Для эффективного общения необходимы заинтересованность в собеседнике, умение выслушивать чужое мнение, объективность суждений.
2. Коммуникативное поведение народа является компонентом его культуры. Коммуникативное поведение проявляет себя в следующих аспектах: общекультурные нормы, групповые нормы, ситуативные нормы и индивидуальные нормы.
3. Национальный характер определяется как ‘психологические стереотипы поведения народа’. 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.
4. Менталитет - уникальный склад различных человеческих психических свойств и качеств, а также особенностей их проявлений. Менталитет определяет умонастроение и жизненную позицию, которые согласуются с системой ценностей, характерных для определенной нации.

Глава II. Национальные особенности американского коммуникативного поведения

II.I. Основные черты американского национального характера и его отражение в языке

Американцы искренне верят в то, что они знают себя достаточно хорошо. Хотя им может и недоставать тех энциклопедических знаний, которыми так славятся европейцы, тем не менее, американцы мнят себя хорошими знатоками своей собственной истории и своего национального характера, доминирующими чертами которого они считают трудолюбие и патриотизм.

Бросая взгляд в прошлое в поисках тех факторов, которые в конечном итоге определили сегодняшнее мировоззрение американцев, многие из них уделяют огромное внимание тому воздействию, которое на них оказала Великая Экономическая Депрессия. Они считают, что именно тогда они впервые смогли воочию убедиться в значении регулирующего воздействия со стороны государства в период экономического спада. Свой вклад в формирование национального характера внес и послевоенный период, в который, по мнению американцев, они превратились в трудоголиков, проводящих на рабочем месте большую часть своей жизни, порой даже забывая ради этого о собственных детях. (8, с. 92)

Говоря о патриотизме, следует заметить, что для русского языка, в отличие от английского, характерно открытое словесное выражение патриотизма. Это со­вершенно верно, если имеется в виду британский вариант английского языка. Американский же вариант гораздо ближе к русскому, чем бри­танский. У американцев отношение к родине гораздо более личное и эмоциональное, чем у британцев. Американцы называют родину *she* [она], то есть олицетворяют ее: *Where America was and where she is now* [Где Америка была и где она сейчас]. Именно в американских текстах можно встретить *mother country* [родина-мать], они же иногда говорят *our country* [наша страна].

Более эмоциональное отношение к своей прекрасной родине про­является в перифразе *America the beautiful* [Америка-красавица] - не *beautiful America* [красивая Америка], а *America the beautiful* [Америка-красавица] — гораздо более торжествен­ное наименование страны, ассоциирующееся с титулами и прозвищами. царей: *Ivan the Terrible* [Иван Грозный], *Peter the Great* [Петр Великий], *Nicholas the Second* [Николай Второй] —*America the Beautiful* [Америка Красивая]. Через олицетворение страны достигается эффект более лич­ного к ней отношения.

Знаменитый девиз американцев *Proud to be American* [Горжусь, что я американец] перекликается с девизом советского времени: *Советское значит отличное.* По своим масштабам кампания «Proud to be American» весьма впечатляюща: от открыток-сувениров-маек-футболок с этой над­писью до серии книг с таким же названием, где перечисляются все до­стижения США — от действительных и крупных до мелких и смешных.

Американцы в своей агитации за суперлояльность и суперпреданность по отношению к своей стране доходят до курьезов: всемирно знаменитое *Made in USA* [Сделано в США] стало заменяться помпезным *Crafted with pride in USA* [С гордостью изготовлено в США]. (16, с. 201)

Еще одной чертой американского национального характера и поведения является культ святынь и символов, одним из которых является непреодолимая, почти маниакальная любовь к свободе. Американцы сознают уникальность своей ситуации, заключающей­ся в отсутствии обычных уз, связывающих народ со своей страной. Эти узы надо спешно заменить какими-то новыми идеями — мечтой о сво­боде, равенстве, демократии, о будущем американском рае на земле: «We are tied to our country in a unique way — we are not the French or the Italians or anyone else held together by geography, ancestry and common culture; we are tied to the abstracts of freedom and opportunity and the themes expressed in the constitution and the Bill of Rights — and if we cease to believe these things, what's the point of being an American?» [Speech by Richard Dreyfuss] (16, с. 208)

Американцы отличаются своей вежливостью и обходительностью. Подчеркнуто вежливое обращение к адресату, форма личной веж­ливой просьбы — эти приемы весьма распространены в США. Изучение призывов со словом *please* [пожалуйста] или без него по­казало, что все виды информации (и предупреждения, и инструкции, и запреты) могут иметь форму вежливой просьбы, подчеркнутой словом *please.* Особенно это принято в тех случаях, когда людей призывают отказаться от своих удобств ради других людей. Например:

*Please, give up this seat if an elderly or handicapped person needs it* [По­жалуйста, уступайте свои места, если они понадобятся пожилым или инвалидам];

*Please, offer this seat to an elderly or disabled passenger* [Пожалуйста, оставьте это место для пожилого или больного пассажира];

*Won't you please give this seat to the elderly or handicapped. Please exit through back door* [Уступите, пожалуйста, это место пожилым или инва­лидам. Выходите, пожалуйста, через заднюю дверь];

*Please, take all your litter away with you* [Пожалуйста, уносите с собой весь свой мусор];

*Please, remember to take all your belongings with you when you leave the train* [Выходя из поезда, пожалуйста, не забывайте свои вещи];

*Please, keep clear the gate* [Пожалуйста, не заслоняйте дверь].

Вежливая просьба может иметь и еще более изысканно-хитрую форму:

Thank you for not smoking [Cnacu6o, что вы не курите]. (17, с. 159)

Также среди доминантных черт американского характера можно выделить независимость, предприимчивость, практичность, законопослушность, приоритет деловых отношений над личными.

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

Судя по проведенному анкетированию, результаты которого изложены в монографии «Очерк американского коммуникативного поведения» [Под ред. И.А.Стернина и М.А.Стерниной. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001.], студенты воронежских вузов представляют себе американцев следующим образом: высокий, 35-40 лет, спортивного телосложения, светловолосый, глаза голубые, одет в удобную свободную одежду (джинсы, футболка кроссовки и бейсболка), жует жвачку, улыбается, без комплексов, жизнерадостный, независимый, прагматичный. (11, с.37)

**II.II. Особенности американской светской беседы**

Большинство американцев считает, что идеальный разговор - это обмен мыслями, а не самоманифестация-монолог, не самолюбование и не демонстрация своего остроумия. Отсюда следует, что для нормального и полезного общения не обязательно быть эрудитом. Привычка сначала думать, а потом говорить уберегает американцев от многих неловких ситуаций в разговоре. Нужны лишь искренность, взаимная заинтересованность и умение просто и ясно излагать свои мысли и чувства.

Однако часто в реальных ситуациях общения дело обстоит совершенно иначе. Нередко один из собеседников начинает разговор на излюбленную тему, например, о профессиональных проблемах, не предполагая, интересно ли это другому. (7, с. 83)

Замечательным и обоюдоприятным приемом являются комплименты. У всякого человека есть свои достоинства, и каждый в той или иной мере тщеславен. Поэтому американцам свойственно хвалить людей, с которыми они имеют дело. Результат всегда замечательный. Вам улыбаются издали, когда вы еще не успеете раскрыть рот для приветствия.

В западном мире вообще и в англоязычном в особенности улыбка — это знак культуры (культуры, разумеется, в этнографическом смысле слова), это традиция, обычай: растянуть губы в соответствующее поло­жение, чтобы показать, что у вас нет агрессивных намерений, вы не со­бираетесь ни ограбить, ни убить. Это способ формальной демонстрации окружающим своей принадлежности к данной культуре, к данному обществу.

Знаменитая американс­кая улыбка вызывает разную реакцию у русских: одни восхищаются при­ветливостью (принимая ее за естественную положительную реакцию), другие недоумевают, третьи не одобряют и относятся подозрительно.

Keep smiling — девиз американского образа жизни: «что бы ни слу­чилось — улыбайся». Этот призыв учит: не сдавайся, не поддавайся ударам судьбы, не показывай людям, что у тебя что-то не в полном порядке, не подавай виду — улыбайся, keep smiling. Напускной оптимизм в любой ситуации (don't worry, be happy! keep smiling! [не беспокойся, радуйся! улыбайся!]) — вот та черта американского коммуникативного поведения, которая официально одобрена и внедряет­ся всеми средствами, в том числе и языковыми. (16, с. 259)

Знание социокультурного, идеологического компонента чрезвычай­но важно для изучающих иностранные языки, для правильной и эф­фективной речевой коммуникации. Так, например, для русского мента­литета характерно нормальное отношение к людям, определенная ис­кренность реакций, эмоциональность, сентиментальность.

В результате на самый распространенный вопрос общения: *How are* you? русскоязычный, изучающий английский язык, как правило, начинает давать подробный, часто пространный ответ, описы­вая свое здоровье, семейные обстоятельства, успехи или неприятности на работе, в то время как английский язык, в соответствии с требовани­ями культуры, национального характера и менталитета, допускает прак­тически только один ответ: «Fine, thank you», даже если говорящий глубоко несчастлив или на пороге смерти. *How are you?*— пустая формула общения, за ней не стоит реальный интерес к: личности собеседника, это формальное признание контакта.

Русский язык более прямолинеен и категоричен, поэтому изучаю­щие английский язык обычно совершают социокультурную ошибку, ре­гулярно пользуясь словосочетанием *of course* [конечно]. По-русски это звучит вполне приемлемо и энергично как ответ на вопрос, просьбу и т. д. Для англоязычного общества *of course*— слишком категорично и имеет обидные оттенки: это так очевидно, неужели вы этого не пони­маете, неужели вы такой глупый, необразованный. Нужно быть очень осторожным с *of course:* социокультурные ошибки, напоминаем, воспри­нимаются гораздо более болезненно, чем собственно языковые. (1, с. 117)

Формальная вежливость — ярко выраженная черта англоязычного общества. На простой вопрос: «Tea or coffee? [Чаю или кофе?]» нельзя ответить просто «Tea [Чаю]», нужно обязательно всегда добавлять *please'-*«Tea, please [Чаю, пожалуйста]». «Black or white? [Черный или с моло­ком?]» — «Black, please [Черный, пожалуйста]». В отрицательном от­вете надо добавить *thank you* [спасибо], но не пускаться в разъясне­ния. Например, на вопрос: «Sugar? [Сахар?]» надо ответить: «No, thank you [Нет, спасибо]». Это будет абсолютно по-английски: коротко, ясно и вежливо. Ответ же: «Thank you, but I don't eat sugar. They say, it is harmful [Спасибо, я не употребляю сахар. Говорят, это очень вредно]», несмотря на грамматическую и лексическую правильность, совершен­но не приемлем с точки зрения культуры и менталитета. (16, с. 286)

Без знания культурно-речевых традиций каждого из народов и каж­дого из языков межкультурная коммуникация не происходит, а имеет место конфликт культур. (4, с. 71)

**Выводы:**

1. Сопоставление двух языков, с одной стороны, отчетливо демонстрирует подчер­кнутую вежливость, заботливое, чуткое отношение к человеку со сто­роны английского языка, и игнорирование, в соответствии с противоположной идеологией, этого аспекта со стороны русского языка, а, с другой, - проявление вежливости в американской культуре часто носит лишь формальный характер.
2. К основным чертам американского национального характера можно отнести любовь к труду, индивидуальность, предприимчивость, практичность, законопослушность, приоритет деловых отношений над личными. Американцам свойственен патриотизм, любовь к свободе и стремление к независимости, которое проявляется уже в очень раннем возрасте.
3. Американская светская беседа отличается тактичностью, вниманием к собеседнику, открытой дружелюбностью и оптимизмом. Улыбка является своеобразным девизом американского образа жизни, это способ формальной демонстрации окружающим своей принадлежности к данной культуре, к данному обществу.
4. Знание социокультурного, идеологического компонента чрезвычай­но важно для правильной и эф­фективной речевой коммуникации.

### Заключение

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 и неприятности.

В настоящее время встала проблема воспитания терпимости к чужим культурам, пробуждения интереса и уважения к ним, преодоления в себе чувства раздражения от избыточности, недостаточности или просто непохожести других куль­тур. Именно этим вызвано всеобщее внимание к вопросам межкультур­ной, международной коммуникации.

Вот почему проведенные в данной курсовой работе исследования, на мой взгляд, являются крайне важными.

Мы провели рассмотрение проблемы человеческого общения через призму межкультурной коммуникации с особым вниманием к языку как главному средству общения, поскольку язык служит комму­никации, это главный, самый эксплицитный, самый официальный и со­циально признанный из всех видов коммуникативного поведения. Язык — зеркало культуры, в нем 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. язык формирует своего носителя. Каждый национальный язык не только отражает, но и формирует национальный характер. Иначе говоря, если язык формирует представителя народа — носителя языка, причем формирует его как личность, то он должен играть такую же кон­структивную роль и в формировании национального характера.

#### Литература

1. Аверинцев, С. С. Попытки объясниться: Беседы о культуре. / С.С. Аверинцев. - М., 1988.
2. Арутюнов, С. А., Багдасаров, А.Р. и др. Язык - культура - этнос. / С. А. Арутюнов., А.Р. Багдасаров. - М., 1994.
3. Буркхарт, Ф. Язык, социальное поведение и культура // Образ мира в слове и ритуале./Ф. Буркхарт. - М., 1992.
4. Введение в этническую психологию. - СПб., 1995.
5. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание./ А. Вежбицкая. - М., 1996.
6. Вейсгербер, Й.Л. Родной язык и формирование духа. / Й.Л. Вейсгербер. - М., 1993.
7. Воробьев, В. В. Лингвокультурология. /В.В. Воробьев. - М., 1997.
8. Канон, эталон, стереотип в языковом сознании и дискурсе: Научная дискуссия в Институте языкознания РАН // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 9. - М., 1999.
9. Леонтьев, А. А. Психология общения. / А.А. Леонтьев. - Тарту, 1976.
10. Мечковская, И. Б. Социальная лингвистика. / И.Б. Мечковская. - М., 1996.
11. Очерк американского коммуникативного поведения. Под ред. И.А.Стернина и М.А.Стерниной. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001.
12. Прохоров, Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль при обучении русскому языку иностранцев. / Ю.А. Прохоров. - М., 1996.
13. Руденко, Д. И. Лингвофилософские парадигмы: Границы языка и границы культуры // Философия языка: в границах и вне границ. / Д.И. Руденко. - Харьков, 1993.
14. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. / Э. Сепир. - М., 1993.
15. Смирнов, П.И. Социология личности. / П.И. Смирнов. - СПб. 2001.
16. Сукаленко, Н. И. Отражение обыденного сознания в образной языковой картине мира./ Н.И. Сукаленко. - Киев, 1992.
17. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие) / С.Г. Тер-Минасова. — М.: Слово/Slovo, 2000.
18. Формановская, Н.И. Речевой этикет и культура общения. / Н.И. Формановская. - М., 1989.