Министерство образования и науки Российской Федерации

Хабаровская государственная академия экономики и права

Юридический факультет

Кафедра гуманитарных дисциплин

# РЕФЕРАТ

по основам теории социальной коммуникации

ТЕМА: «Межкультурные различия в коммуникативном поведении»

ВЫПОЛНИЛ: студент \* курса

Юридического ф-та ХГАЭиП

Группы № \*\* (в/о)

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

ПРОВЕРИЛ:

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

Хабаровск 2008г.

**Оглавление**

Введение

1. Многообразие коммуникативного поведения и его факторы
2. Нормы коммуникативного поведения
3. Эмпатия и коммуникация
4. Социальный символизм и речевой этикет в коммуникативном поведении
5. Активность и пассивность в коммуникативном поведении человека.
6. Теория и прикладное описание коммуникативного поведения. Принципы описания коммуникативного поведения
7. Заключение
8. Список литературы

**Введение**

Коммуникативное поведение является частью национальной культуры.

Под коммуникативным поведением понимается совокупность норм и традиций общения народа. Знания норм и традиций общения народа, позволит участникам речевого акта, принадлежащим к разным национальным культурам, адекватно воспринимать и понимать друг друга, то есть способствовать "межкультурной коммуникации".

Кроме того, знания в области межкультурной коммуникации могут повлиять на решение глобальных проблем, как скажем конфликт культур. «Дело в том, что, даже владея одним и тем же языком, люди не всегда могут правильно понять друг друга, и причиной часто является именно расхождение культур» (Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров «Язык и культура»).

**Многообразие коммуникативного поведения и его факторы**

Участвуя в производственно-познавательной деятельности общества, каждый индивид оказывается включённым во множество коммуникативных процессов. Возможность его участия в коммуникативных событиях обусловливается его коммуникативным поведением.

Особенности общения того или иного народа, описанные в совокупности, представляют собой описание коммуникативного поведения этого народа.

Термин коммуникативное поведение впервые был использован в работе И.А.Стернина. В самом общем виде данное поведение определяется как совокупность норм и традиций общения народа.

Многообразие коммуникативного поведение обусловлено наличием в каждой культуре определённых данных коммуникативной лингвистики об особенностях процесса речевой коммуникации, о специфике прямых и косвенных речевых актов, о соотношении выраженного и подразумеваемого смысла в высказывании и тексте, о влиянии контекста и ситуации общения на понимание текста, и других факторов, определяющих коммуникативное поведение человека, например, нормы коммуникативного поведения, которые я вынес в отдельный (следующий) пункт плана.

В основном, говоря о национальной культуре, о коммуникативном поведении, исследователи выделяют следующие два вида поведения: вербальное и невербальное.

Вербальное коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения, связанных с тематикой и особенностями организации общения в определенных коммуникативных условиях.

Невербальное коммуникативное поведение - совокупность норм и традиций общения, отражающих рекомендуемые правила общения, сложившиеся в обществе в силу исторических традиций, ритуалов, социальных ситуаций, включающих мимику, жесты, позы общающихся.

Эти нормы и традиции регламентируют требования к организации ситуации общения, к физическим действиям, к контактам и расположению собеседников, к невербальным средствам демонстрации отношения к собеседнику, мимике, жестам и позам, сопровождающим общение и необходимым для его осуществления.

Основой вербального коммуникативного поведения, конечно же, является вербальная коммуникация, а основой невербального – невербальная коммуникация.

Вербальная коммуникация - это общение с помощью слов, невербальная - это передача информации с помощью различных несловесных символов и знаков (например, рисунков и т.п.). Однако невербальные средства общения также неоднородны. Среди них существуют чисто рефлекторные, плохо контролируемые способы передачи информации об эмоциональном, физиологическом состоянии человека: взгляд, мимика, жесты, движения, поза. Чаще всего именно их и называют средствами невербальной коммуникации.

Речевая сторона коммуникации имеет сложную многоярусную структуру (от дифференциального признака фонемы до текста и интертекста) и выступает в различных стилистических разновидностях (различные стили и жанры, разговорный и литературный язык, диалекты и т.п.). Все речевые характеристики и другие компоненты коммуникативного акта способствуют его (успешной либо неуспешной) реализации. Говоря с другими, мы выбираем из обширного инвентаря (в современной лингвистике иногда говорят: поля) возможных средств речевой и неречевой коммуникации те средства, которые нам кажутся наиболее подходящими для выражения наших мыслей в данной ситуации.

Альберт Мейерабиан установил, что передача информации происходит за счет вербальных средств (только слов) на 7%, за счет звуковых средств (включая тон голоса, интонацию звука) на 38%, и за счет невербальных средств на 55%. Профессор Бердвислл провёл аналогичные исследования относительно доли невербальных средств в общении людей. Он установил, что в среднем человек говорит словами только в течение 10-11 минут в день, и что каждое предложение в среднем звучит не более 2,5 секунд. Как и Мейерабиан, он обнаружил, что словесное общение в беседе занимает менее 35%, а более 65% информации передается с помощью невербальных средств общения.

Большинство исследователей разделяют мнение, что вербальный канал используется для передачи информации, в то время как невербальный канал применяется для "обсуждения" межличностных отношений, а в некоторых случаях используется вместо словесных сообщений.

**Нормы коммуникативного поведения**

И.А.Стернин коммуникативное поведение характеризует определенными нормами, которые позволяют охарактеризовать конкретное коммуникативное поведение как нормативное или ненормативное.

Нормативное коммуникативное поведение - поведение, принятое в данной лингвокультурной общности и соблюдаемое в стандартных коммуникативных ситуациях большей частью языкового коллектива.

Ненормативное коммуникативное поведение - поведение, нарушающее принятые нормы.

О нормах коммуникативного поведения можно говорить в четырех аспектах: общекультурные нормы, групповые нормы, ситуативные нормы и индивидуальные нормы.

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 и т.д.

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

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.

Индивидуальные нормы коммуникативного поведения отражают индивидуальную культуру и коммуникативный опыт индивида и представляют собой личностное преломление общекультурных и ситуативных коммуникативных норм в языковой личности.

**Эмпатия и коммуникация**

Практически межкультурная коммуникация на индивидуальном уровне представляет собой столкновение различных взглядов на мир, при котором партнеры не осознают различия во взглядах, считают свое видение мира "нормальным", видят мир со своей точки зрения. Поведение коммуникантов при этом характеризуется ситуацией, когда нечто само собой разумеющееся одной стороны встречает нечто само собой разумеющееся другой. Сначала, как это часто бывает, обнаруживается открытое непонимание, то есть осознание того, что "здесь что-то не так", что мнение и понимание не совпадают. При этом не ставится под сомнение свое "нечто само собой разумеющееся", а занимается этноцентристская позиция к партнеру, ему приписывается глупость, невежество или злой умысел.

И в то же время, каждый человек, вероятно, может вспомнить ситуации из своей жизни, когда общение с другими людьми было ясным, понятным и легким. В таких ситуациях присутствует естественное желание понять другого человека, не обидеть его, не сделать что-то не так и т.д. Такой тип общения и понимания человека называется эмпатией, которая основана на умении поставить себя на место другого, взглянуть на все его глазами, почувствовать его состояние и учесть все это в своем поведении и поступках. Она предполагает большую чувствительность, сенситивность к состоянию партнера.

Термин происходит от греческого «empatheia», означающего «сопереживание». Под эмпатией обычно понимается сострадательное переживание одним человеком чувств, восприятий и мыслей другого.

В данном смысле термин веден американским психологом Эдвардом Титченером в начале XX века по аналогии с термином «симпатия». Некоторые ранние европейские и американские психологи и философы, такие как М. Шелер и У. Мак-Дугалл, рассматривали эмпатию как основу всех положительных социальных отношений. В контексте этого широкого определения различные теоретики и исследователи определяли этот термин совершенно по-разному, подчеркивая в нем различные аспекты или смысловые значения.

Каждый вид коммуникации характеризуется особыми отношениями партнеров, их направленностью друг на друга. В этом отношении специфика межкультурной коммуникации заключается в желании понять, о чем думает партнер, причины его поведения, его точку зрения и образ мыслей. Поэтому при межкультурной коммуникации, чтобы понять коммуникативное поведение представителей другой культуры, необходимо рассматривать его в рамках их культуры, а не своей.

Специфика межкультурной коммуникации заключается в том, что в ней определяющим становится эмпатический подход, т.е. мысленное, интеллектуальное и эмоциональное проникновение во внутренний мир другого человека, в его чувства, мысли, ожидания и стремления. Эмпатия основывается на предположении, что в одинаковых обстоятельствах все люди переживают одинаковые чувства и ощущения и это позволяет им понять другие точки зрения, идеи и различные культурные явления. На этом основании возникает способность человека представить себя на месте другого человека, принять его мировоззрение, понять его чувства, желания, поступки. Здесь все основывается на опыте другого человека, а не нашем собственном.

**Социальный символизм и речевой этикет в коммуникативном поведении**

В состав коммуникативного поведения входит 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. По мнению Н.И. Формановской, это своеобразный язык повседневного поведения, или социальный символизм.

И.А. Стернин определяет социальный символизм как отражение в сознании людей семиотической функции, которую приобретают в той или иной культуре определенное действие, факт, событие, поступок, тот или иной элемент предметного мира. Все эти явления получают в сознании народа и определенный символический смысл, характерный и единый для всего данного социума или для какой-то определенной социальной группы.

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 представителей разных культур к прямому конфликту.

Таким образом, один и тот же факт бытового поведения получает разную коммуникативную интерпретацию в разных культурах. Цветы считаются вежливым, интеллигентным и этикетным подарком у русских, а у китайцев они не имеют такого значения. Подача холодного ужина немцами рассматривается русскими как проявление лени немецких хозяек и неуважение к гостям, в то время как у немцев это просто национальная традиция. Подобные примеры могут быть приведены во множестве.

Символические смыслы могут участвовать в коммуникативном акте как непосредственно - провоцировать речевую реакцию, вопрос, эмоциональную реплику, коллективное обсуждение и т.д., так и опосредованно, косвенно: участники общения в процессе коммуникации имплицитно интерпретируют, учитывают те или иные действия, поступки собеседника, предметную деятельность друг друга, язык социальных символов собеседника и принимают эту информацию к сведению, интерпретируют эти символы как информационный компонент ситуации.

Информация социальных символов включается в невербальную информацию, получаемую и используемую коммуникантами в процессе общения. Социальный символизм подлежит описанию в рамках невербального коммуникативного поведения народа.

Необходимо также иметь в виду, что социальный символизм многих явлений и предметов быстро меняется - например, символы моды, социальной принадлежности, зажиточности и др.

Социальный символизм является компонентом национальной культуры.

Речевой этикет также является составной частью коммуникативного поведения. Соотношение этих понятий - особый вопрос. Ряд исследователей сходятся во мнении, что 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.

**Активность и пассивность в коммуникативном поведении человека**

Представления об активности складываются на основе теоретических и экспериментальных исследований деятельности, общения, познания, поведения. Коммуникативная активность или активность в общении может быть определена как мера взаимодействия с окружающими людьми, исходящего из собственной инициативы субъекта общения.

Системный анализ активности предполагает рассмотрение ее противоположности – пассивности, сущность которой не есть абсолютное отсутствие активности, а относительно более низкий уровень последней. Без своего антипода – пассивности – проблема активности лишается теоретико-познавательного смысла. Пассивность А.И.Крупнов характеризует как «слабую интенсивность в проявлении того или иного свойства или протекания любого взаимодействия», а также «навязанное поведение или состояние, вызванное извне другими объектами, т.е. инициатива в поведении или любом взаимодействии исходит извне, а не из самого объекта». Пассивность человека в коммуникативном ракурсе следует рассматривать не только как отсутствие межличностных контактов с другими людьми, но и как внешне побуждаемое общение.

Следует отметить, что активность - пассивность применительно к коммуникативному поведению человека можно рассматривать в разных аспектах. Во-первых, границы активности и пассивности можно определить с учетом внешне наблюдаемой активности. Если активность рассматривать в форме внутреннего взаимодействия, как особую способность «в себе», то эта внутренняя активность может характеризоваться как пассивность до тех пор, пока не проявит себя во внешнем плане. Таким образом, потребность в общении должна реализоваться в коммуникативных действиях.

Другим аспектом анализа континуума является поиск источников, движущих сил активности. Некоторые исследователи полагают, что движущими силами активности являются не сами по себе внутренние и внешние факторы, а те противоречия, которые возникают в процессе их взаимодействия. В качестве системы внутренних факторов можно рассматривать всю индивидуальность человека, уникальную систему его свойств.

В результате исследований, проведённых Пермской психологической школой, были выделены две противоположные группы людей с высокой коммуникативной активностью и низкой, т.е. коммуникативной пассивностью. Сравнительный анализ средних показателей индивидуальных свойств в этих группах показал, что данные группы можно рассматривать как выборки, значимо отличающиеся по индивидуальным свойствам, проявляющимся в сфере общения. Люди, которым свойственна низкая коммуникативная активность, и люди, проявляющие высокую активность в общении, значительно отличаются по показателю «социальная энергичность». Таким образом, можно предположить, что, с одной стороны, низкая активность людей в сфере общения природно обусловлена, что проявляется в «узости» контактов, незначительной потребности в общении, уходе от социально-активных форм поведения, замкнутости. С другой стороны, уникальная, неповторимая ситуация общения с другими людьми, складывающаяся у каждого человека (об этом свидетельствуют различия в социометрических статусах) благоприятствует развитию коммуникативной активности или подавляет ее. Таким образом, активность и пассивность человека в коммуникативной сфере - являются результирующей биологических и социальных факторов.

**Теория и прикладное описание коммуникативного поведения.**

**Принципы описания коммуникативного поведения**

При изучении коммуникативного поведения ряд исследователей пришёл к выводу, что необходимо различать теорию и прикладное описание коммуникативного поведения.

Теория коммуникативного поведения призвана определить само понятие, выявить структуру и основные черты коммуникативного поведения, разработать понятийно-терминологический аппарат и методику описания коммуникативного поведения.

Прикладное описание коммуникативного поведения выполняется прежде всего с культурологическими и лингводидактическими целями и должно дополнить обучение устной иноязычной речи.

Основными принципами описания коммуникативного поведения народа являются следующие.

1. Принцип системности.

Коммуникативное поведение той или иной лингвокультурной общности должно быть описано целостно, комплексно, как система. Для этого должна быть разработана модель описания коммуникативного поведения, включающая совокупность факторов и параметров, отражающих коммуникативное поведение любого народа. Такая модель должна включать вербальное, невербальное коммуникативное поведение и социальный символизм.

2. Принцип контрастивности.

Адекватное описание коммуникативного поведения возможно только на базе некоторого сравнения. Любое описание будет контрастивным: большинство характеристик коммуникативного поведения оказывается параметрическими – часто - редко, интенсивно - мало, громко - тихо, быстро - медленно и др. Без сопоставления их описание просто невозможно. Фоном всегда выступает какая-либо конкретная коммуникативная культура, известная описывающему.

Наилучшие результаты дает именно контрастивный подход (систематическое рассмотрение отдельных фактов родного коммуникативного поведения в сопоставлении со всеми возможными способами выражения данного смысла в сопоставляемой культуре). Самые надежные результаты дает сопоставление родной коммуникативной культуры исследователя с изучаемой.

Контрастивный принцип позволяет наиболее надежно выявить и описать как общие, так и несовпадающие признаки коммуникативного поведения народов. Контрастивное описание коммуникативного поведения того или иного народа позволяет выявить несколько форм проявления национальной специфики коммуникативного поведения той или иной коммуникативной культуры:

Отсутствие национальной специфики:

Те или иные коммуникативные признаки обеих культур совпадают.

Например, во всех европейских культурах знакомого надо приветствовать, а уходя - прощаться, за причиненное неудобство надо извиниться.

Наличие национальной специфики:

а) несовпадение отдельных характеристик коммуникативных признаков, действий в сопоставляемых культурах.

Например, жест ‘большой палец’ есть в большинстве европейских культур, но в русском общении он выполняется более энергично.

б) эндемичность коммуникативных признаков для одной из сопоставляемых культур (то или иное коммуникативное явление может присутствовать только в одной из сравниваемых коммуникативных культур).

Например, только немцы стучат по столу в знак одобрения лекции.

в) коммуникативная лакунарность – отсутствие того или иного коммуникативного признака или факта в данной культуре при наличии ее в сопоставляемой.

Использование нежесткого (ранжирующего) метаязыка

Описание коммуникативного поведения в жестких терминах, как правило, оказывается невозможным – обычно большинство коммуникативных параметров не поддается жесткому ранжированию. Контрастивный характер описания также побуждает использовать такие единицы метаязыка как больше, чаще, меньше, реже, интенсивней чем и т.д.

В связи с этим описание коммуникативного поведения целесообразно осуществлять при помощи ранжирующих единиц метаязыка: обычно, чаще всего, как правило, сравнительно редко, обычно не встречается, допускается, как правило не допускается и т.д. При этом могут называться конкретные коммуникативные культуры, относительно которых характеризуется тот или иной коммуникативный признак.

**Заключение**

Существует множество факторов, характеристик, норм и признаков, характеризующих коммуникативное поведение. Делаются попытки систематизации знаний о коммуникативном поведении, но науки, которая занималась бы изучением коммуникативного поведения, до сих пор нет.

Ряд исследователей (во главе с И.А.Стерниным), работающих в области изучения коммуникативного поведения имеют своё мнение относительно этого вопроса. Они считают, что описание коммуникативного поведения должно стать предметом особой науки, которая является стыковой и в известной мере интегральной для целого ряда наук - этнографии, психологии, социальной психологии, социологии, психолингвистики, теории коммуникации, социолингвистики, паралингвистики, риторики, лингводидактики и собственно лингвистики.

Эта интегральная наука должна синтезировать данные перечисленных наук и создать целостную картину национального коммуникативного поведения народа.

В заключении хотелось бы сказать, что коммуникативное поведение - это продукт миллионов лет эволюции, оно заложено как генетически, так и обусловлено нашей принадлежностью к какой-либо группе, полу, возрастом, личным жизненным опытом, уровнем образования и многими другими факторами. Несмотря на эти различия люди во всех культурах вступают между собой в самые разные отношения, в контексте которых они встречаются, обмениваются мнениями, совершают какие-то поступки и т.д. Смысл каждого конкретного поступка зачастую необходимо понять, ибо он не всегда лежит на поверхности, а чаще всего скрыт в традиционных представлениях о том, что нормально, которые в разных культурах и социокультурных группах также разные.

**Список литературы**

1. Веб - публикация проекта

«Русское и финское коммуникативное поведение». Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. С. 4-20. И.А.Стернин.

2. Р. Пеллегрино, М. Политис, Как повысить свой интеллект, М., «Издательство АСТ», «Издательство Астрель», 2003 г.

3. Крупнов А.И. Психофизиологический анализ индивидуальных различий активности личности: Учеб. пособие. Свердловск, 1983.

4. Кашкин В.Б. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Воронеж. ВГУ, 2003.