

Коммуникативное поведение

Очерк американского *коммуникативного поведения*



**Воронеж
2001**

Данное издание представляет собой первую монографическую публикацию, выходящую в рамках совместного проекта «Американское и русское коммуникативное поведение», выполняемого воронежским отделением Национального Объединения Преподавателей Английского языка России и Нью-Йоркским отделением TESOL (Международной Ассоциации преподавателей английского языка говорящим на других языках).

Издание представляет собой предварительную публикацию материалов по американскому коммуникативному поведению. Эти материалы являются основой следующего этапа исследования – верификации и уточнения содержащихся в данной публикации сведений американскими исследователями.

Содержащиеся в данном издании материалы отражают представления об американском коммуникативном поведении и его отличии от русского, сформированные российской частью проблемной группы в результате исследовательской работы 1997-2001 г.г.

Для филологов, преподавателей английского языка, русского языка как иностранного, специалистов в области межкультурной коммуникации, коммуникативной и контрастивной лингвистики, контрастивных кросс-культурных исследований, лингвокультурологии

Научное издание

Научные редакторы

д.ф.н проф. И.А.Стернин, д.ф.н.,доц.М.А.Стернина

Компьютерная верстка, подготовка оригинал-макета –
И.А.Стернин, М.А.Стернина

Издание осуществлено за счет средств авторов

© Коллектив авторов, 2001

От научных редакторов

Представляем вниманию читателей предварительные результаты исследования в рамках проекта «Русское и американское коммуникативное поведение», выполняемого Воронежским отделением Национального Объединения Преподавателей Английского языка России совместно с Нью-Йоркским отделением TESOL (Международной Ассоциации преподавателей английского языка говорящим на других языках).

Исследование ставит своей целью сопоставительное описание русского и американского коммуникативного поведения. Данное описание преследует как научные (систематическое описание коммуникативного поведения русской и американской лингвокультурной общностей), так и лингводидактические цели (разработку методов и приемов обучения коммуникативному поведению при обучении иностранному языку – американцев русскому, русских – американскому варианту английского языка).

Данная публикация является первой попыткой осуществления такого описания. В предлагаемое внимание читателей описание включены все материалы, имеющиеся в настоящее время в распоряжении проблемной группы «Американское и русское коммуникативное поведение». Сопоставление в данной публикации носит как эксплицитный, так и имплицитный характер – во всех случаях предполагается, что американское коммуникативное поведение описывается в сравнении с русским.

Монография представляет результаты исследования, полученные проблемной группой различными методами. Члены проблемной группы обобщили имевшуюся в их распоряжении научную и научно-популярную литературу, учебные материалы различного вида (печатные, аудио- и видеоматериалы). В описание включены также наблюдения, почерпнутые авторами из современных американских книг и фильмов, как художественных, так и документальных, собственный опыт общения авторов с гражданами США, полученный как в России, так и во время пребывания в США.

В ходе подготовки монографии были изучены и обобщены зарубежные публикации (все они указаны в списке использованной литературы), из которых особенно богатый материал, касающийся американского коммуникативного поведения, был получен из работ следующих авторов: Gary Althen. American Ways: A Guide for Foreigners in the United States; D.K.Stevenson. American Life and Institutions; Alison R.Lanier. Living in the USA; Making America. The Society and the Culture of the United States. Edited by Luther S. Luedtke; Deena R.Levin. Jim Buxter, Piper McNulty. The Culture Puzzle.

Хотим отметить также книгу Елены Абросимовой и Патрик Кейгела «Здравствуйте, американцы!» (Саратов, 1997), многие материалы из которой были использованы авторами в 3 и 4 главах монографии.

Некоторым нашим авторам удалось провести по той или иной тематике собственные опросы американских граждан. По ряду тем предварительные

результаты описания были дополнены американскими коллегами из Нью-Йорка, которым соответствующие вопросники были переданы по электронной почте, их суждения также учтены в данном описании.

Ниже указаны члены проблемной группы, обобщившие материал по той или иной теме; как правило, это несколько человек. Вклад отдельных членов исследовательской группы в сбор и описание материала по той или иной теме иногда существенно различался. Мы сочли, тем не менее, справедливым указать всех, принявших участие в работе над тем или иным разделом монографии, как равноправных соавторов, поскольку независимо от объема, вклад каждого участника проблемной группы был весьма ценен для проблемной группы.

Все члены проблемной группы, указанные в тех или иных разделах, выступают как соавторы соответствующих разделов. Вместе с тем, необходимо отметить отдельных исследователей, которые внесли наиболее существенный вклад в подготовку монографии: Л.В. Цурикова, Н.И. Марченко, О. В Марченко, Л.А. Добрынина, Ж.Д. Кулагина, К.М. Шилихина, Э.Д. Хаустова, О.М. Воевудская, Е.А. Чернышова, Н.Ф. Хренова, И.М. Правшина, А.В. Правшин, а также соруководители проекта с американской стороны Pamela Martin и Ann Wintergest.

Теоретическая концепция проекта, координация его выполнения, планирование исследований, разработка модели описания коммуникативного поведения, обработка и обобщение материалов, представленных членами проблемной группы, литературная обработка и подготовка текста монографии, а также подготовка оригинал-макета издания выполнены И.А.Стерниным и М.А.Стерниной. Во все разделы монографии вошли результаты личных исследований И.А.Стернина и М.А.Стерниной, в связи с чем они выступают соавторами всех ее разделов (первая глава написана полностью И.А. Стерниным).

В издание включена также библиография уже опубликованных членами проблемной группы работ, посвященных американскому коммуникативному поведению. Полагаем, что она тоже представит интерес для читателей.

Подчеркнем, что данная монография названа нами предварительной публикацией, поскольку она отражает результаты только первого этапа запланированного описания американского коммуникативного поведения: все публикуемые в данном издании материалы должны быть изучены и верифицированы американской стороной, участвующей в проекте. Это, как, впрочем, и дальнейшие исследования российской стороны, неизбежно приведет к определенным уточнениям и изменениям в содержании описания. Тем не менее, мы посчитали целесообразным предпринять такую публикацию для привлечения внимания исследователей к проблеме описания коммуникативного поведения и расширения круга возможных исследователей.

Научные руководители проекта приглашают всех заинтересованных лиц, имеющих материалы или личные наблюдения, касающиеся американского коммуникативного поведения, принять участие в проекте и присоединиться к исследовательской группе.

Авторами соответствующих глав и разделов монографии являются:

Глава I: Стернин И.А. (все разделы)

Глава II . И.А. Стернин, М.А. Стернина, К.М. Шилихина, О.М. Воевудская, И.Б. Басистая, О.В. Высочина, А.В. Правшин, Э.П. Хаустова, Том Тоомеу-разделы 1, 2 ; И.А. Стернин, М.А. Стернина, Т.Н. Степкина, М.А. Стрельникова, А.В. Правшин - раздел 3.

Глава III: И.А. Стернин, М.А. Стернина, К.М. Шилихина, О.В. Высочина, О.М. Воевудская, Л.А. Добрынина, Н.И. Марченко, О.В. Марченко, Ю.В. Таранцей, Pamela Martin, Richard Daigle - раздел 1; И.А. Стернин, М.А. Стернина, Л.В. Цурикова, К.М. Шилихина, Н.И. Марченко, О.В. Марченко, О.В. Высочина, О.М. Воевудская, Е.А. Чернышова, Ю.В. Таранцей, О.Г. Артемова, Pamela Martin, Ann Wintergest, Dorothea Heberle, раздел 2: И.А. Стернин, М.А. Стернина, И.Б. Басистая, О.М. Воевудская, А.В. Правшин, И.М. Правшина, А.О.Стеблецова, А.Д. Мальцев, Е.А. Чернышова, Э.Д. Хаустова, О.Г. Артемова, Л.А. Добрынина, Ж.Д. Кулагина, Н.И. Марченко, О.В. Марченко, О.М. Воевудская, Н.Ф. Хренова, Л.В. Лукина, Э.А. Леонова, М.А.Стрельникова, Л.М. Обуховская, Ю.В. Таранцей, И.В.Фомина, А.Б. Болхова, Pamela Martin, Ann Wintergest, Richard Daigle, Sheila Campbell, Amy Finegold, Mary Carpenter, Brian Drier, Sylvia Lane, George Morris - раздел 3.

Глава IV: И.А. Стернин, М.А. Стернина, Н.А. Шарова, Л.В. Цурикова, Л.А. Добрынина, Ж.Д. Кулагина, И.Б. Басистая, О.М. Воевудская, Н.И. Марченко, О.В. Марченко, О.В. Высочина, О.Г. Артемова, Pamela Martin, Elizabeth Lunsford.

Глава V: И.А. Стернин, М.А. Стернина.

И.А. Стернин, М.А. Стернина,
руководители проекта с Российской стороны,
научные редакторы

Глава I.

Проблемы описания

коммуникативного поведения

1. Национальные особенности общения как предмет описания

Любой человек, имевший опыт общения с иностранцами – либо в своей стране, либо за рубежом, никогда не может пройти в своих впечатлениях мимо особенностей общения с людьми другой национальности. Очень многое в общении другого народа кажется странным, необычным и даже шокирующим. Журналисты, путешественники, дипломаты, предприниматели, преподаватели, работавшие в других странах, студенты, обучавшиеся заграницей и просто туристы всех возрастов рассказывают о многочисленных необычных фактах в общении и поведении, в разговоре представителей других культур, порой искренне удивляясь или даже негодуя по этому поводу.

Существенно различается речевой этикет разных народов. Различна роль улыбки, рукопожатия, объятий и поцелуев при встрече, приветствии и прощании, причем эти различия нередко оказываются весьма значительными. В лифте у бельгийцев принято разговаривать с попутчиками, у русских – нет. Немцы в лифте здоровятся и прощаются со своими попутчиками, здоровятся с чужими людьми, зашедшими в их дом, что удивляет русских.

Большие различия наблюдаются в тематике общения в гостях и на работе. Для русского человека здесь представляется уникальная возможность говорить обо всем, что его интересует – черта, отсутствующая у большинства народов мира.

По-разному смотрят в разных лингвокультурных общностях на возможность спора с собеседниками. Большие различия обнаруживаются в вертикальном общении (с начальством), официальном общении, общении с детьми. Существенно различается в разных культурах общение учителя с учениками, преподавателя со студентами.

У русских небольшое опоздание в гости является необходимым, отражает внимание к хозяевам; немцы же это рассматривают как проявление необязательности, неуважение и не знают, как себя вести в таких случаях.

Национальная специфика характерна как для общекультурных норм (привлечение внимания, приветствие, прощание, знакомство, извинение и др.), так и для ситуативных норм, действующих тогда, когда общение ограничено составом общающихся или темой общения, а также ситуацией / нормы вертикального, горизонтального общения, детского, молодежного, взрослого, профессионального, семейного, мужского, женского,

официального, неофициального, со знакомыми, с незнакомыми, общения старики и т.д./. Значительная национальная специфика наблюдается в невербальной коммуникации и социальном символизме народа (см. ниже).

Многие особенности общения того или иного народа способны вызвать у представителя другого народа *коммуникативный шок*.

Существует понятие культурного шока, под которым понимается осознание резкого расхождения материальных или духовных культур двух народов, проявляющееся в условиях личностного непосредственного контакта с представителями другой культуры и сопровождающееся непониманием, неадекватной интерпретацией или прямым отторжением с позиций собственной культуры. (Термин культурный шок ввел в 1960 г. Калерво Оберг (Oberg, Kalervo).

Изучение коммуникативного поведения позволяет выделить и *коммуникативный шок* – резкое осознаваемое расхождение в нормах и традициях общения народов, проявляющееся в условиях непосредственной межкультурной коммуникации и выражющееся в непонимании, удивлении, неадекватной интерпретации или прямом отторжении представителем того или иного коммуникативного явления гостевой лингвокультурной общности с позиций собственной коммуникативной культуры.

Коммуникативный шок, также как и культурный, выражается в ментальных и вербальных стереотипных реакциях, например:

Зачем они ... (заставляют гостей пить, говорят спасибо уходя из гостей, так часто жмут руку, долго извиняются, прежде чем обратиться и т.д.);

Почему они ... (так тихо говорят, так медленно отвечают, так много жестикулируют, так близко подходят, все время улыбаются, никогда не улыбаются, много извиняются, не благодарят родственников и друзей за помощь или услугу и т.д.);

Почему у них ... (чтобы спросить, надо стоять в очереди);

Как странно... (они в поезде не разговаривают с попутчиками, они спрашивают вас о здоровье через неделю после того, как вы заболели, на вопрос “как дела” всегда говорят “прекрасно” и т.д.);

Какая наглость (как неприятно!)... (они очень близко подходят, они могут дотронуться до тебя в разговоре, любой может с тобой заговорить, все время дают тебе советы, что и как делать и т.д.);

Как они не понимают, что... (мы не хотим слушать подробностей их жизни, мы не хотим произносить тосты и т.д.).

И. Эренбург писал в своих воспоминаниях, как его поразило, что знакомый китаец с улыбкой рассказывал о смерти своей жены – “это мое горе, вы не должны огорчаться”.

Журналист В. Цветов описал как-то грубейшую коммуникативную ошибку американца в Японии, который попросил японского коллегу-журналиста, который нес свой материал в типографию, занести по пути и его статью - японца постиг коммуникативный шок: он осталбенел, как будто ему предложили броситься головой вниз в лестничный пролет, с трудом превозмог себя и пошел вниз, даже забыв воспользоваться лифтом. “Как можно было обратиться к нему с такой просьбой – в его возрасте, положении, к отцу двоих

детей? – укоряли американца японские коллеги. – Вы обратились к нему как к простому курьеру!"

Журналист Д. Крылов на заре своей журналистской карьеры (1990) брал интервью у известного американского телеведущего и в конце интервью спросил своего собеседника: "Скажите, а сколько Вы зарабатываете?" Надо было видеть коммуникативный шок американца! "Сколько я зарабатываю? Вы хотите знать, сколько я зарабатываю?" – растерянно повторял он, а наш журналист, как ни в чем не бывало, не подозревая, что у американца переспрос в такой ситуации означает, что вопрос ему неприятен, подтвердил свой вопрос: "Да, сколько Вы получаете?" Американец крайне растерялся и засмеялся нервным смехом: "О, сколько я зарабатываю... Ну, я много зарабатываю... Очень много... Больше, чем мне нужно..." И тут он стал оправдываться перед Д. Крыловым, стал говорить, что и за меньшую зарплату он бы так же хорошо работал, что ему нравится его работа. Тут Д. Крылов решил завершить интервью. Американец на прощание пожал ему руку и, продолжая улыбаться, невпопад сказал: "О, сколько я получаю... Вопрос о моей зарплате мне еще никто в моей жизни не задавал..." Российский журналист так и оставил своего собеседника растерянно улыбающимся и крайне смущенным, нарушив важнейшего правила американского коммуникативного поведения – табу на вопрос о размере личных доходов.

Русские люди, общаясь с китайцами, нередко бывают весьма озадачены, когда китайские друзья на обращенное к ним слово *спасибо* реагируют весьма странно: "Зачем благодарить – мы же друзья!". У китайцев не принято благодарить близких друзей. Немцы часто удивляются, когда русские говорят *спасибо*, уходя из гостей – "За что спасибо?" – недоумевают они.

Коммуникативный шок возможен и в сфере невербального коммуникативного поведения, и в сфере социального символизма народа.

Ейл Ричмонд писал, что русские актеры, публичные деятели начинают аплодировать вместе с аплодисментами аудитории - это крайне озадачивает американцев: они считают, что русские нескромно аплодируют себе. Но по русской коммуникативной традиции они не себе хлопают, они благодарят за аплодисменты зрителей.

Русских поражает академическая традиция в университетах Германии стучать по столу в знак одобрения прослушанной лекции – в России стук по дереву в ряде ситуаций означает "тупой, неразвитый"; удивляет россиян американская традиция свистом выражать одобрение – в русской коммуникативной культуре свист обычно имеет противоположный смысл. Немцев поражает русский детский жест "фига", который в немецком коммуникативном поведении означает мужское сексуальное предложение – а в России в детском саду дети бегают и показывают друг другу фиги. Русская студентка шокировала французскую подругу, принеся той на свадьбу букет белых хризантем – во Франции такие цветы приносят на похороны. К немецким студенткам пришли без приглашения русские молодые люди и очень обидели хозяек тем, что не стали раздеваться, а потом, посидев немного, спросили разрешения снять верхнюю одежду. Немки не поняли, что русские этим хотели сначала показать, что надолго не задержатся. И т.д., и т.п.

Последствия коммуникативного шока могут быть самыми разными, но в основном –неприятными. Кое-что в ходе дальнейшего общения может разъясниться, но во многих случаях коммуникативный шок негативно оказывается на общении, он может привести к конфликту. Его надо предвидеть и принять меры к тому, чтобы он не произошел. Коммуникативный шок может привести к формированию представления о том или ином народе как некультурном (близко подходят, много говорят, дотрагиваются при разговоре, вмешиваются в твои дела, задают слишком личные вопросы и т.д.), непонятном в своем поведении - когда неясны мотивы тех или иных коммуникативных действий (за что говорить спасибо, уходя из гостей, почему не надо говорить спасибо друзьям), а нередко способствует формированию чувства национального превосходства и высокомерия в отношении народа с иной, “непонятной” коммуникативной культурой.

В связи со сказанным изучение, описание и “упреждающее разъяснение” контрастных и эндемических черт коммуникативных культур становится особенно важным и актуальным. Наличие явления коммуникативного шока в практике межкультурного общения – важный аргумент в пользу необходимости системного описания национальных особенностей общения одного народа для представителей другого народа. Необходима культурная и учебная профилактика коммуникативного шока. Отметим также, что кроме коммуникативного шока, существует много случаев не таких резких, но, тем не менее заметных, расхождений в коммуникативном поведении разных народов, что также требует описания и разъяснения.

Интерес к национальным особенностям общения приводит многих исследователей к попыткам описать эти особенности. Это делают путешественники, журналисты, послы, миссионеры и даже туристы. Однако имеющиеся описания страдают рядом существенных недостатков. Во-первых, они не носят специального характера. Описание особенностей общения – обычно лишь незначительная часть таких работ. Во-вторых, авторы подобных работ описывают преимущественно экзотические, необычные, резко бросающиеся в глаза особенности общения других народов, большинство же менее ярких особенностей остается в тени. И, в-третьих, все такие описания несистемны, фрагментарны.

В последнее время появилось множество пособий по деловому общению, в которых есть разделы и даже главы типа “Как вести переговоры с русскими”, “Как договориться со скандинавами”, “Как убеждать итальянцев” и т.д., и т.п. Интерес к таким публикациям высок, такие книги пишутся популярно и люди их охотно покупают. Однако и эти пособия страдают всеми описанными выше недостатками. Написанные, как правило, непрофессионалами в области общения, если не сказать – дилетантами, эти книги, хотя и содержат нередко ценные и остроумные наблюдения над отдельными особенностями общения тех или иных народов, во-первых, крайне неполны, во-вторых, обычно совершенно бессистемны, а также содержат много противоречий, устаревших сведений, некритически переписанных положений из книг предшественников, а часто и просто грубые ошибки, поскольку основаны чисто на субъективном опыте автора (получается коммуникативная *клоква*, нередко вызывающая

смех у носителей описываемой культуры).

Наличие подобных ошибок и “коммуникативной клюквы” обуславливает актуальность и необходимость научного описания коммуникативного поведения, в том числе – русского.

Описание коммуникативного поведения народа сейчас, в конце XX века, стало весьма актуальным в силу ряда существенных объективных причин:

- Расширились контакты между народами, и накоплено много фактов, требующих обобщения;
- Активно развивается коммуникативная и антропоцентристическая лингвистика, поставившая в центр внимания проблему “Язык и человек”;
- Активизировались контрастивные, сопоставительные и межкультурные исследования;
- Активизировался интерес к межкультурной коммуникации и межкультурному пониманию, национальной самобытности разных народов;
- Увеличивается число межэтнических конфликтов, требующих урегулирования, что повышает важность исследований в сфере межкультурной коммуникации;
- Психолингвистика предлагает новые экспериментальные методы исследования, эффективные при изучении, в частности, коммуникативного поведения.

Все сказанное свидетельствует о том, что *назрела необходимость научной систематизации фактов в области национальной специфики общения*.

Фактов проявления национальной специфики в общении того или иного народа к настоящему времени накоплено множество, и остается удивительным, почему эти факты до сих пор не систематизированы. Подобная систематизация фактов, касающихся национальной специфики общения того или иного народа, оказывается, однако, на практике весьма нелегким делом, поскольку до сих пор нет научных традиций подобных описаний:

нет достаточно четкого определения самого явления – *коммуникативное поведение*, не описана его структура, составные части;

отсутствует разработанный терминологический аппарат такого описания;

нет модели системного описания коммуникативного поведения – неясно, что и в какой последовательности, в какой форме надо описывать, чтобы получить научное, системное описание коммуникативного поведения народа;

не разработаны методы и приемы изучения коммуникативного поведения.

Кратко рассмотрим эти проблемы.

2. Понятие и виды коммуникативного поведения

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

Национальное коммуникативное поведение в самом общем виде определяется как *совокупность норм и традиций общения народа*.

Исследования коммуникативного поведения как культурно обусловленного коммуникативно-психологического феномена начались с интереса к национальному коммуникативному поведению, поскольку именно национальная специфика коммуникативного поведения прежде всего выявляется при контакте культур. Расширение межнациональных контактов в период перестройки, после окончания холодной войны, привело к вспышке интереса к проблеме межкультурного общения и взаимодействия.

Термин “коммуникативное поведение” впервые был использован И.А. Стерниным в 1989 г. в работе «О понятии коммуникативного поведения» (Стернин 1989а) и относился к национальному коммуникативному поведению. В настоящее время интересы исследователей коммуникативного поведения значительно расширились и включают групповое и личностное коммуникативное поведение.

В исследовании национального коммуникативного поведения в современной лингвистике сформировались следующие основные задачи:

- формирование научных представлений о коммуникативном поведении как компоненте культуры народа, компоненте национального поведения лингвокультурной общности;
- определение терминологического аппарата описания коммуникативного поведения;
- определение основных методов и приемов исследования и описания коммуникативного поведения народа;
- разработка моделей описания коммуникативного поведения лингвокультурной общности;
- демонстрация применимости разработанной модели к описанию основных черт коммуникативного поведения той или иной национальной лингвокультурной общности;
- практическое описание коммуникативного поведения различных народов в лингвокультурологических и дидактических целях.

Отметим, что аналогичные задачи стоят и перед исследователями группового и личностного коммуникативного поведения.

Исследования по коммуникативному поведению различных народов в настоящее время появляются во все возрастающем количестве (см. библиографию – Высочина 2000, специализированные сборники «Русское и финское коммуникативное поведение» (вып. 1, Воронеж, 2000; вып. 2, Санкт-Петербург, 2001). Начинают интенсивно развиваться и другие направления в изучении коммуникативного поведения. В рамках гендерной лингвистики - это изучение коммуникативного поведения мужчин и женщин (см. материалы по гендерной лингвистике - Стернин 1996а, 1997а, 1999а, 1999б, Высочина 1999а, Меликян 1999, Холод 1997, Серебрякова 1999а, 1999б), в рамках “профессиональной” лингвистики - исследования коммуникативного поведения представителей отдельных профессиональных групп (Паршина 1994, Багрянская 1998, 1999, 2000, Дедова 1999, Мруць 1997, 1998а, 1998б, 1999, Кожевникова 2000 и др.), в рамках социальной лингвистики - исследования коммуникативного поведения представителей различных

социальных групп (Лазуренко 2000, Ашкова, Горбунова, Косинова 2000, Рытникова 1996, Шалина 1998), в рамках “личностной” лингвистики - изучение речи и коммуникативного поведения отдельной личности. При описании коммуникативного поведения отдельных личностей появился не очень удачный термин “речевая личность” (на наш взгляд, правильнее было бы - “коммуникативная личность”), появляются описания коммуникативного поведения отдельных лиц (Язык и личность 1989, Беспамятнова 1994, Голицына и др.1998, Кочетова 1999).

Формируется и направление, ставящее своей целью изучение в рамках возрастной лингвистики коммуникативного поведения различных возрастных групп (Буркова 1997, Горькова 1997, Грицук 1999, Курганская 1997, Лемяскина 1996 -2000, Марочкин 1998, Озерова 1997, Полюкова 1997, 1998, Попова 2000, Селезнева 1996, 1997, Чеботарева 1994, Чернышова 1998-2000, Шмойлов 1999, Еремеева, Хризман 2000 и др.). Обобщающей работой по возрастному коммуникативному поведению является монография Н.А.Лемяскиной и И.А.Стернина «Коммуникативное поведение младшего школьника» (Воронеж, 2000 г.).

В теоретическом плане в настоящее время можно говорить о трех основных видах (разновидностях) коммуникативного поведения – национальном, групповом и личностном. Предметом описания в данной монографии является национальное коммуникативное поведение.

3. Теоретический аппарат описания коммуникативного поведения

Наука о коммуникативном поведении включает три основных аспекта: теоретический (теория науки, терминологический аппарат), описательный (конкретное описание коммуникативного поведения того или иного народа) и объяснительный (объяснение выявленных закономерностей и особенностей национального коммуникативного поведения).

К коммуникативному поведению примыкает социально и коммуникативно значимое бытовое поведение - совокупность предметно-бытовых действий людей, получающих в данном обществе, в данной лингвокультурной общности или группе смысловую интерпретацию и тем самым включающихся в общий коммуникативный процесс и влияющих на поведение и общение людей. Это своеобразный “язык повседневного поведения” (Н.И. Формановская 1989, с.123) 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 культуре народа, в его сознании определенный символический смысл, характерный и единый для всего данного социума или для какой-то определенной социальной, возрастной, гендерной группы. Социальный символизм является компонентом национальной и групповой культуры.

Социальный символизм зачастую не замечается членами социума, хотя довольно строго “соблюдается” - то есть используется, интерпретируется в межличностных отношениях.

Социальный символизм подлежит описанию в рамках невербального коммуникативного поведения.

Необходимо иметь в виду, что социальный символизм многих явлений и предметов быстро меняется - например, символы моды, социальной принадлежности, зажиточности и др. Не так давно символом зажиточности в России был любой автомобиль и дача, в настоящее время - иномарка и коттедж; каракулевая шапка и кожаное пальто перестали быть символами зажиточности, а сотовый телефон стал и т.д. Для детского и подросткового возраста символом успешности личности, престижности является обладание компьютером, мотоциклом и др.

Теоретический аппарат описания коммуникативного поведения может быть представлен следующим образом.

Коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения определенной группы людей.

Национальное коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения определенной лингвокультурной общности.

Лингвокультурная общность - народ, объединенный языком и культурой; единство народа, его языка и культуры.

Коммуникативная культура – коммуникативное поведение народа как компонент его национальной культуры; фрагмент национальной культуры, отвечающий за коммуникативное поведение нации.

Коммуникативные нормы – коммуникативные правила, обязательные для выполнения в данной лингвокультурной общности (знакомого надо приветствовать, за услугу благодарить и т.д.)

Коммуникативные традиции – правила, не обязательные для выполнения, но соблюдаемые большинством народа и рассматриваемые в обществе как желательные для выполнения (спросить старика о здоровье, поинтересоваться успеваемостью школьника, предложить помочь женщине и др.).

Коммуникативный шок - резкое осознаваемое расхождение в нормах и традициях общения народов, проявляющееся в условиях непосредственной межкультурной коммуникации и не понимаемое, вызывающее удивление, неадекватно интерпретируемое или прямо отторгаемое представителем гостевой лингвокультурной общности с позиций собственной коммуникативной культуры.

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, регламентирующих требования к используемым в процессе общения невербальным знакам (языку телодвижений - жестам, мимике, взгляду, позам, движению, физическому контакту в ходе общения, сигналам дистанции, выбора места общения, расположения относительно собеседника и др.), а также включающее совокупность непроизвольно выражаемых

симптомов состояний и отношения к собеседнику и совокупность коммуникативно значимых социальных символов, характерных для данного социума.

Возрастное коммуникативное поведение - совокупность норм и традиций общения определенной возрастной группы.

Личностное коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения отдельной личности.

Коммуникативное сознание - устойчивая совокупность мыслительных процессов, обеспечивающих коммуникативное поведение (нации, группы, личности).

Стандартная коммуникативная ситуация – типовая, повторяющаяся коммуникативная ситуация, характеризуемая использованием стандартных речевых средств (знакомство, приветствие, прощание, соболезнование и др.).

Коммуникативные категории – наиболее общие коммуникативные концепты, формирующиеся в сознании и определяющие коммуникативное сознание и поведение нации, группы, личности. К коммуникативным категориям могут быть отнесены такие как вежливость, толерантность, общение, хорошая речь, плохая речь, коммуникативный самоконтроль и др.

Коммуникативная сфера – область действительности, в которой коммуникативное поведение человека имеет относительно стандартизованные формы (общение с незнакомым, общение с коллегами, общение в школе и вузе, общение в транспорте, поликлинике, ресторане и кафе и т.д.). Это в широком смысле коммуникативная ситуация.

Социальный символизм – совокупность смыслов (символических значений), приписываемых действиям, поступкам, явлениям и предметам окружающей действительности тем или иным социумом.

Коммуникативное действие – единица описания коммуникативного поведения, отдельное типовое высказывание, речевой акт, невербальный сигнал, комбинация верbalного и невербального сигналов и т.д. в рамках того или иного коммуникативного параметра.

Параметр коммуникативного поведения – совокупность однородных, однотипных коммуникативных признаков, характеризующих коммуникативное поведение народа.

Коммуникативный признак – отдельная черта коммуникативного поведения (коммуникативное действие или коммуникативный факт), выделяющаяся как релевантная для описания в условиях сопоставления коммуникативных культур.

Коммуникативный факт – отдельная конкретная особенность коммуникативного поведения народа, выделяющаяся в рамках определенного коммуникативного параметра, некоторое коммуникативное правило, действующее в коммуникативной культуре (например, “знакомых надо приветствовать”).

Коммуникативный фактор – совокупность сходных коммуникативных параметров, наиболее обобщенная единица описания коммуникативного поведения.

Активные коммуникативные действия – предпринимаемые по инициативе

говорящего.

Реактивные коммуникативные действия – предпринимаемые в качестве ответной реакции на коммуникативные действия собеседника.

Коммуникативная стратегия – обусловленные коммуникативной целью общие стереотипы построения процесса коммуникативного воздействия в зависимости от условий общения и личности коммуникантов.

Аспект коммуникативного поведения – совокупность однородных коммуникативных параметров (вербальный, невербальный аспекты).

Коммуникативное мышление – мыслительные стереотипы, обеспечивающие коммуникативную деятельность нации, группы, индивида. Представляет собой вид мышления (в одном ряду с такими видами мышления как *образное, предметное, профессиональное* и др.)

Менталитет – совокупность стереотипов восприятия и понимания действительности (народом, группой, индивидом).

Произдуктивное коммуникативное поведение – вербальные и невербальные действия коммуникатора в рамках норм и традиций общения.

Рецептивное коммуникативное поведение – адекватное понимание (интерпретация) вербальных и невербальных действий собеседника, принадлежащего к определенной национальной, возрастной и т.д. группе.

Реактивное коммуникативное поведение – реакция субъекта на те или иные коммуникативные действия собеседника.

Нормативное коммуникативное поведение – принятое в данном социуме, группе и соблюдающееся в стандартных коммуникативных ситуациях большей частью социума или группы.

Ненормативное коммуникативное поведение – нарушающее принятые в социуме или группе нормы.

Коммуникативные табу (жесткие и мягкие) – коммуникативная традиция избегать определенных языковых выражений или затрагивания определенных тем в тех или иных коммуникативных ситуациях; соответственно табу будут речевыми (при *женщинах не ругаться*) и тематическими (*секс при детях не обсуждать*). Жесткие описываются предикатом *нельзя*, нежесткие – *не принято, не рекомендуется, лучше не надо*. Нарушение жестких табу влечет общественные санкции, нарушение мягких – общественное осуждение.

Коммуникативные императивы – коммуникативные действия, необходимые в силу принятых норм и традиций в конкретной ситуации общения (жесткие, например, *со знакомыми надо здороваться, за нарушение извиняться* и мягкие, например, *надо спросить ребенка, как он учится, старика спросить о здоровье, едущий со знакомым в общественном транспорте должен с ним поддерживать разговор*).

Нарушение жесткого императива может потребовать объяснения (почему не извинился?) и влечет общественные санкции. Нарушение мягкого императива (почему не спросил старика о здоровье?) влечет только моральное осуждение. Жесткие императивы описываются предикатом *принято, нежесткие – обычно принято*.

Можно выделить также тематические императивы – темы, которые надо

затронуть (со стариком о здоровье, с новым знакомым – о месте работы, с ребенком - о том, что ребенок любит), а также речевые императивы - фразы, выражения, которые необходимо произносить в определенных ситуациях.

Коммуникативные допущения – коммуникативные факты, признаки или действия, недопустимые в одной национальной или групповой культуре, но возможные (хотя и не обязательные) в другой. Например, в русской коммуникативной культуре допустимо спросить собеседника о его зарплате, во многих других это совершенно исключено.

Инокультурные информанты – принадлежащие к иной коммуникативной культуре, нежели исследуемая, но знакомые с исследуемой культурой в той или иной форме и способные высказать о ней суждение.

Гетерокультурные информанты – принадлежащие к исследуемой коммуникативной культуре

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

Конкретное описание коммуникативного поведения той или иной нации, группы, личности раскрывает особенности коммуникативного поведения и мышления соответствующего народа, группы, человека и имеет лингвистическую, психолингвистическую, этнолингвистическую, культурологическую, психологическую и дидактико-педагогическую ценность.

Прикладная значимость описания коммуникативного поведения народа, группы, личности заключается в том, что результаты системного описания коммуникативного поведения могут быть с успехом использованы в культурологических, психологических, лингводидактических, педагогических, логопедических, психокоррекционных, воспитательных и многих других целях.

Так, описание национального коммуникативного поведения с успехом может быть использовано при обучении устной иноязычной речи в процессе обучения языку как иностранному (см. Стернин 1990а, 1990б, 1990в, 1994б, Стернина 1994, 1995); исследования группового коммуникативного поведения дают возможность разработать методы и приемы формирования нормативного группового коммуникативного поведения представителей различных социальных, возрастных, профессиональных групп, оптимизировать общение с учетом требований, предъявляемых к данным группам в обществе.

Описание коммуникативного поведения отдельных личностей позволяет создать коммуникативно-психологический портрет соответствующих людей, что представляет несомненный интерес для биографов, историков. Большой интерес представило бы описание коммуникативного поведения А. Пушкина, М. Лермонтова, Л. Толстого, выдающихся ораторов, адвокатов, ученых, государственных деятелей, что позволило бы лучше представить их мышление, отношение к людям, приемы речевого воздействия, способы общения с подчиненными, приемы создания ими своего имиджа и мн. др.

В связи со сказанным встает вопрос о разграничении науки о

коммуникативном поведении, с одной стороны, и страноведения и лингвострановедения, с другой.

Лингвострановедение в строгом смысле слова, в смысле, приданном этому термину Е.М.Верещагиным и В.Г.Костомаровым (а не в вольном толковании как всякое сочетание обучения языку со страноведением) имеет дело с лексическими и фразеологическими единицами, оно описывает язык в его кумулятивной культурной функции, в то время как коммуникативное поведение – это описание коммуникативных действий, фактов реального общения. С этой точки зрения коммуникативное поведение не является частью или разделом лингвострановедения.

Что касается собственно страноведения, то описание коммуникативного поведения определенной лингвокультурной общности выступает как часть страноведения, так как отчасти включает описание фактов этикета, национальных традиций и т.д. Коммуникативное поведение – это активное страноведение, знания в этой области нужны для активной коммуникации, в отличие от остальной, пассивной части страноведения – сведений о культуре, географии, истории, не находящих отражения в повседневной межкультурной коммуникации, а востребуемые лишь по мере возникновения соответствующей проблематики в акте коммуникации.

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 мн. др.* Коммуникативное поведение описывает не только вежливое, эталонное общение, но и реальную коммуникативную практику и включает речевой этикет как составную часть.

В целом национальная специфика коммуникативного поведения представляет собой описание коммуникативного аспекта национальной языковой личности (Ю.Н.Караулов)

4. Коммуникативное поведение как аспект обучения иностранному языку

Систематическое описание коммуникативного поведения того или иного народа имеет лингводидактическую сторону.

Обучение коммуникативному поведению должно осуществляться наряду с обучением собственно языковым навыкам при изучении иностранного языка. Коммуникативное поведение - такой же важный аспект обучения языку, как и другие - обучение чтению, письму, говорению, аудированию и переводу.

Необходимо обучать коммуникативному поведению в рецептивном аспекте – в полном объеме (иностранный язык должен понимать коммуникативное поведение страны изучаемого языка).

Что же касается продуктивного аспекта, то здесь необходим дидактический отбор материала.

Видимо, необходимо учить коммуникативному поведению в стандартных коммуникативных ситуациях (речевому этикету), а также коммуникативному поведению в тех коммуникативных сферах, где реализация тех или иных норм

связана с понятием вежливого, статусного общения. Необходимо обучать национально-специфическим приемам аргументации и убеждения.

В невербальном коммуникативном поведении продуктивный аспект будет значительно меньше – пальцевый счет, жестовое изображение цифр на расстоянии, жесты привлечения внимания и некоторые побудительные жесты (например, остановка такси), регулирование дистанции и физических контактов, контакт взглядом. Остальные невербальные средства могут быть усвоены рецептивно. Важно также обратить внимание на этикетное, культурное невербальное поведение, чтобы научить учащихся избегать неадекватного или оскорбительного для другого народа невербального поведения.

Х. Нед Сили в книге “Обучение культуре” (Seelye, с. 134) со ссылкой на американского исследователя Ф.И. Г. Ноstrand пишет о следующих способностях и навыках, которые должны формироваться при обучении культурным стереотипам:

1. Способность описать образец или приписать его субкультуре, для которой он типичен;
2. Способность узнать образец в факте поведения;
3. Способность “объяснить” образец с точки зрения его функционального отношения к другим образцам или с причинной точки зрения;
4. Способность предсказать возможную реакцию на конкретную (данную) ситуацию;
5. Способность выбрать одобряемый образец;
6. Способность оценить факты, приводимые в качестве дескриптивной генерализации (то есть обобщения);
7. Способность продемонстрировать или описать метод анализа или синтеза;
8. Способность выбрать знание, необходимое для удовлетворения обычной человеческой потребности .

Нетрудно заметить, что все эти навыки относятся к рецептивной сфере, но имеют несомненную дидактическую значимость.

Таким образом, коммуникативное поведение представляет собой:

- 1) активное страноведение (необходимое в процессе актуальной коммуникации),
- 2) коммуникативное страноведение,

и как таковое подлежит обучению в процессе преподавания иностранного языка.

Формы, методы и содержание обучения коммуникативному поведению требуют специальной разработки.

5. Проблема моделирования коммуникативного поведения народа

Принципы описания коммуникативного поведения народа

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.

Авторы монографии “Этнопсихолингвистика” выдвигают идею о лакунизированном характере верbalного и невербального поведения одного народа относительно другого. В этом случае описание коммуникативного поведения одного народа на фоне другого сводится к выявлению и описанию лакун.

Однако наше исследование показывает, что значительное количество коммуникативных признаков в разных культурах совпадает, а еще большее количество демонстрирует при некотором сходстве определенные национальные различия. Эти факты тоже должны получить описание при системном подходе к коммуникативному поведению, а фиксируемые различия должны быть описаны как проявления национальной специфики коммуникативного поведения того или иного народа. Свести описание коммуникативного поведения к лакунам нельзя и чисто технически – описывать невозможно без описания “положительного” материала.

2. Принцип контрастивности

Адекватное описание коммуникативного поведения возможно только на базе некоторого сравнения. Имплицитно 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.

Наиболее эффективно бикультурное описание - русское коммуникативное поведение на фоне английского, немецкого, американского, французского,

китайского, японского и т.д. Однако для создания теоретической модели описания коммуникативного поведения бикультурное описание будет недостаточно обобщенным, Поэтому на данном этапе изучения коммуникативного поведения представляется более плодотворным сопоставление с обобщенной группой коммуникативных культур. Для наших целей описание русского коммуникативного поведения осуществляется на фоне западноевропейской лингвокультурной общности, к которой в известном смысле примыкает и американская коммуникативная культура.

Наилучшие результаты дает не сопоставительный (автономное описание двух коммуникативных культур с последующим сопоставлением), а именно контрастивный подход (систематическое рассмотрение отдельных фактов родного коммуникативного поведения в сопоставлении со всеми возможными способами выражения данного смысла в сопоставляемой культуре).

Контрастивный принцип позволяет наиболее надежно выявить и описать как общие, так и несопадающие 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:

1. Отсутствие национальной специфики

Те или иные коммуникативные признаки обеих культур совпадают.

Например, во всех европейских культурах знакомого надо приветствовать, уходя, прощаются, за причиненное неудобство надо извиниться.

2. 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; поза “нога четверкой” имеет развязный характер в русском коммуникативном поведении и нейтральный – в европейском, вступление в разговор с незнакомым типа “У вас плащ запачкался” рассматривается как благожелательность в русском общении и нарушение дистанции и анонимности на Западе (А.Эртель - Фийт), в русском общении часто заговаривают с незнакомыми, в западном – редко и т.д.

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, только русские немотивированными аплодисментами “захлопывают” оратора или спрашивают незнакомого собеседника о его зарплате.

Существует также коммуникативная лакунарность – отсутствие того или иного коммуникативного явления в данной культуре при наличии ее в сопоставляемой.

Так, в русском коммуникативном поведении нет такого коммуникативного явления как “политическая корректность”, нет гендерной специализации всех языковых форм.

3. Использование нежесткого (ранжирующего) метаязыка

Описание коммуникативного поведение в жестких терминах, как правило, оказывается невозможным – большинство параметров обычно не поддается жесткому ранжированию. Сопоставительный характер описания также побуждает использовать такие единицы метаязыка, как *больше, чаще, меньше, реже, интенсивней, чем...*

В связи с этим такое описание 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 (чаще, чем в английском и немецком коммуникативном поведении, сравнительно редко по сравнению с англичанами и т.д.).

Наиболее адекватными единицами метаязыка при описании степени проявления того или иного коммуникативного признака или факта коммуникативного поведения оказываются такие:

очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие

очень широко используется, достаточно широко используется, редко используется и под.

4. Разграничение и учет общественной нормы и общественной практики

Во многих случаях наблюдается такая картина: коммуникативная норма в обществе есть, ее знают, но она сплошь и рядом не выполняется. Особенно это характерно для русской лингвокультурной общности.

Не обсуждая здесь причины этого (это отдельный вопрос, связанный с отношением русского сознания к нормам и правилам), отметим, что описанию должны быть подвергнуты как норма, так и практика.

Норма идентифицируется по ответам информантов - носителей русского языка: *Надо так, но не всегда мы так делаем* (например, переходить только на зеленый свет, всегда извиняться, если толкнул кого-либо в транспорте и др.). Если норма осознается как таковая, как образец, она описывается, но описывается и отклонение от нее - обусловленное теми или иными ситуативными, возрастными, культурными и т.д. условиями. Причины несоблюдения коммуникативных норм могут означать как недостаток культуры, так и происходящий сдвиг в норме, зону развития коммуникативного правила, зону подвижки, переходную форму. Описание будет иметь следующий вид: *часто (иногда, участились случаи, когда) мужчины, молодежь и т.д. эту норму нарушают и делают так-то.*

При верификации описания каждый признак может сопровождаться пометой: *нормативно/ненормативно, нормативно в общении кого? с кем? и т.д.*

Источники материала исследования

Источниками материала при изучении национального коммуникативного поведения являются:

1. Публицистические источники

- Страноведческие очерки журналистов-международников
- Путевые очерки, заметки путешественников
- Воспоминания дипломатов
- Путевые заметки писателей
- Телевизионные передачи о стране

2. Художественные произведения

- Тексты художественной литературы
- Фольклорные произведения
- Кино- и видеофильмы

3. Специальная литература

- Страноведческие словари
- Энциклопедические словари
- Страноведческие и этнографические публикации
- Культурологические публикации
- Фольклористика
- Психологическая литература

4. Учебная литература

- Видеокурсы различных языков
- Национально ориентированные учебники и учебные пособия
- Переводные, фразеологические словари
- Сборники пословиц и поговорок

5. Анализ языковых средств

- Данные контрастивной лингвистики
- Паремиология

6. Результаты экспериментов и анкетирования

- Результаты опроса носителей коммуникативной культуры
- Результаты опроса лиц, контактировавших с описываемой коммуникативной культурой
- Результаты психолингвистических экспериментов

7. Результаты включенного наблюдения.

Методы и приемы исследования

Покажем возможные методы и приемы описания коммуникативного поведения на примере описания русского коммуникативного поведения, но

они могут быть применены к описанию коммуникативного поведения любой лингвокультурной общности.

Описание коммуникативного поведения народа предполагает несколько последовательных этапов.

Этап 1. Составление предварительного списка коммуникативных качеств народа.

Составление списка осуществляется с использованием материала из разных (любых) источников. Список составляется на контрастивно-эмпирической основе, в него включаются все признаки, которые осознаются как характеризующие те или иные нормы или правила общения народа.

Этап 2. Верификация выявленных признаков у носителей коммуникативной культуры (гетерокультурных информантов).

Список выделенных признаков обсуждается и корректируется с участием носителей коммуникативной культуры.

Этап 3. Описание коммуникативного поведения народа в рамках разработанной системной модели.

Наибольшую трудность представляет обычно первый этап предварительный сбор материала. Приведем примеры опросов и экспериментальных методик, которые могут помочь при сборе материала на предварительном этапе.

1. Опрос иностранцев о русском коммуникативном поведении по заранее составленным опросникам. Приведем примеры возможных опросников.

Опросник 1. Опыт межкультурного общения

1. Расскажите 3 необычных случая общения с русскими (в которых вы участвовали, которые наблюдали со стороны, или которые вам известны со слов очевидцев), которые вас удивили - представители вашего народа так не стали бы вести себя.

а.
б.
в.

2. Какое впечатление производят на вас русские в общении? Какие они в общении?

Дайте не менее трех характеристик (определений): русский в разговоре — какой?

1.
2.
3.

Укажите данные о себе:

Были ли в России?

да нет

Общались ли непосредственно с русскими?

да нет

ваш пол
 муж жен
 ваш возраст (полных лет).....

СПАСИБО!

Опросник 2.

**Устный опрос (беседа) по заранее составленному тематическому
опроснику о коммуникативном поведении народа.**

Возможны:

- а) индивидуальная беседа,
- б) групповая беседа в однонациональной (гетерогенной) аудитории (размер группы - не более 6 человек, иначе разговор становится непродуктивным);
- в) групповое интервьюирование (в группе - иностранцы разных национальностей).

Наиболее эффективна беседа в малой гетерогенной группе.

Примеры тематических вопросников для интервьюирования (по некоторым стандартным коммуникативным ситуациям и коммуникативных сферам):

Общение со знакомыми

1. Должны ли знакомые люди регулярно встречаться и общаться? Как регулярно?
2. Приняты ли личные отношения, личное общение между сослуживцами? Ходят ли коллеги друг к другу в гости? Приглашают ли в гости начальника? Приглашает ли начальник подчиненных? По каким поводам принято встречаться? В праздники - какие? В юбилеи - какие?
3. Как регулярно должны знакомые обмениваться письмами?
4. Нужно ли приглашение, чтобы прийти в гости к знакомому (устное, письменное, конкретное, "общее")?
5. Кто может к кому прийти без приглашения? (мужчина, женщина - к мужчине, женщине и др.) Когда?
6. Как рано и как поздно можно прийти без приглашения?
7. В какое время обычно приглашают знакомых в гости?
8. Является ли поводом для встречи ситуация "давно не общались"?
9. Каковы традиции телефонных разговоров знакомых:
10. используется ли телефон только для служебных сообщений; заменяет ли он письменное общение, непосредственное устное общение; что обсуждается по телефону; с чем можно поздравить по телефону, с чем надо поздравить лично?
11. Какое общение предпочитают люди в вашей стране: большая компания, две три семейных пары, тет-а-тет и др.?
12. О чём разговаривают со знакомыми при непосредственной встрече?

13. Принято ли регулярно общаться с сокурсниками, одноклассниками?
14. Надо ли намечать встречу при расставании? Каким образом?
15. Является ли формальное общение, без “теплоты” на следующий день после дружеской встречи нормой для недавно знакомых людей, или это обижает хозяина, свидетельствует о недовольстве гостя приемом?

Общение с малознакомыми и незнакомыми

1. Свободно ли вступают у вас в стране в разговор с незнакомыми людьми?
2. По какому поводу можно вступить в разговор с незнакомыми? Кто вступает?
3. Считается ли вступление в разговор с незнакомыми невежливостью, навязчивостью?
4. Принято ли разговаривать с попутчиками во время длительной поездки в поезде?
5. Какие темы разговора незнакомых обычны: в поезде, в очереди, при ожидании приема у врача? Какие вопросы обычно задают незнакомым? О чем не принято спрашивать незнакомых?
6. Какого возраста люди любят разговаривать с незнакомыми, какого - нет?
7. Заговаривают ли с маленькими чужими детьми? Угощают ли их?
8. Считается ли разговор с незнакомыми в поезде, очереди и др. помехой окружающим?
9. Как принято отвечать на вопросы незнакомых - вежливо, кратко, подробно, с вниманием? Можно ли отказать в просьбе, ответить на вопрос “не знаю”?
10. Какая степень откровенности принята при общении с малознакомыми? О чем принято рассказывать? О чем не принято говорить?
11. Можно ли подшучивать, иронизировать над незнакомыми людьми?
12. Принято ли разговаривать со случайными попутчиками в лифте? О чем?
13. Здороваются ли с незнакомыми людьми - в своем доме, в учреждениях, войдя в поезд, у кабинета врача и др.?
14. Прощаются ли, уходя, с незнакомыми? С кем? (попутчиками, людьми в очереди и др.)
15. Предупреждают ли незнакомых о возможных неприятностях: троллейбусы не ходят, вы запачкались, у вас хлеб выпадет, вы сумку забыли и т.д.?
16. Обращаются ли с просьбами к незнакомым? С какими можно, с какими нельзя?
17. Странятся ли люди побыстрее сблизиться с собеседниками после того, как познакомились, преодолеть скорее рамки официального общения? Сколько на это нужно времени?
18. Могут ли незнакомому или малознакомому человеку предложить помочь, подробно начать что-либо объяснять, проводить его?
19. Можно ли попросить незнакомого человека посторожить вещи? Занять очередь?

Общение между мужчинами и женщинами

1. Есть ли ограничения на тематику общения между мужчинами и женщинами? Какие? Какие темы являются чисто женскими, какие - мужскими?
2. Можно ли заговорить с незнакомой женщиной? В каких случаях?
3. Принято ли, чтобы мужчина помогал незнакомой женщине на улице? При выходе из транспорта? В каком возрасте может быть женщина в этом случае?
4. Не рассматривается ли помочь женщине как приставание?
5. Уступают ли мужчины женщинам место в транспорте?
6. Пропускают ли женщин вперед?
7. Надо ли помочь dame надеть/снять пальто?
8. Предлагают ли знакомой женщине руку при ходьбе?
9. Как принято поддерживать знакомую женщину: за руку, под руку, под локоть, предложить ей свою руку?
10. Какими привилегиями пользуется женщина в общении с мужчинами: первая подает руку, может сидеть, не снимать головной убор, не несет тяжесть, выбирает блюдо в ресторане и др.?
11. Какие невербальные способы демонстрации уважения к женщине используют мужчины: не садятся, пока женщина не сядет, встают, когда она встает, провожают женщину (кого? куда? при каких условиях?), проводят к месту, где она может сесть, помогают снять/надеть верхнюю одежду, наливают вино, ухаживают за столом и др.?
12. Какие слова, выражения, анекдоты, темы табуируются в общении с женщинами или в их присутствии?
13. Возможно ли ухаживание за незнакомой или малознакомой женщиной?
14. Как знакомятся? Кто проявляет инициативу, подходит? Может ли это делать женщина? Нужен ли посредник? Когда, в какой обстановке?
15. Кто кого приглашает на танец? Может ли женщина отвергнуть предложение? Когда?
16. Может ли женщина пригласить провожатого зайти к ней домой?
17. На чьей стороне инициатива в ведении разговора?
18. Должен ли мужчина развлекать даму?
19. Есть ли особые дистанции общения, принятые между мужчинами и женщинами?
20. Есть ли особые места размещения мужчин и женщин за столом, в автомобиле и др.?
21. Есть ли чисто мужские/женские жесты, позы? Какие из них допустимы, какие нет в смешанном общении?
22. Есть ли традиционные места общения мужчин, женщин?
23. Допустимы ли в смешанной компании анекдоты, шутки на сексуальные, физиологические темы, обсуждение этих тем?
24. С какими вопросами может/не может обратиться мужчина к женщине, женщина к мужчине? (напр., местонахождение туалета)
25. Какие замечания может сделать мужчина женщине, женщина мужчине? Какие не могут?

26. *Общение с иностранцами*

27. Как относятся в общении к иностранцам: с симпатией, с интересом, с пренебрежением, как к тем, кому нужна помощь и др.?
28. Заговаривают ли с иностранцами незнакомые люди?
29. В каких ситуациях повышенное внимание к иностранцам?
30. Считается ли иностранец почетным гостем в доме, в учреждении? Стараются ли продемонстрировать ему все самое лучшее?
31. О чём спрашивают иностранца на начальной стадии знакомства? Каковы типичные темы обсуждения?
32. Принято ли советовать, что и как лучше посмотреть в городе, в стране?
33. Хвалят или ругают свою страну при общении с иностранцами? С уважением ли отзываются о достижениях зарубежных стран, страны, откуда приехал гость?
34. Могут ли проводить до места заблудившегося иностранца?
35. Принято ли хвалить достижения своей страны? Принято ли ругать свою промышленность?
36. Как ведут себя люди, если иностранец начинает критиковать их страну?
37. Какие типичные вопросы принято задавать иностранцу?
38. Проявляют ли интерес к средней зарплате, экономике? Ценам? Обижаются ли, если иностранец этих данных не знает?
39. Принято ли проявлять гостеприимство к иностранцам, приглашать к себе в гости?
40. Принято ли считать, что иностранцу трудно в вашей стране, поскольку он вдали от своей родины?
41. Как относятся к чернокожим, азиатам?
42. Заговаривают ли с иностранцем - случайным попутчиком?

Общение с соседями

1. Принято ли много общаться с соседями?
2. Какие темы принято обсуждать с соседями?
3. Является ли общение с соседями чисто ритуальным, этикетным?
4. Где больше общаются с соседями: в городе или деревне?
5. Можно ли заходить к соседям без приглашения?
6. С какими просьбами можно обращаться к соседям? Попросить продукты, денег взаймы, мебель на время, инструмент на время, столовые приборы, тарелки и др.?
7. Разговаривают ли с соседом через порог, через забор?
8. Можно ли вести разговор с соседом, оставаясь каждый в своей квартире (например, через лестничную клетку)?
9. Есть ли распределение общественных работ с соседями?
10. Делают ли соседям замечания? О чём? Когда? Кому? В какой форме? Письменно или устно? Лично или анонимно?
11. Предупредительны ли люди по отношению к соседям?

12. Считается ли необходимым иметь личные отношения с соседями или можно/нужно ограничиться формальными, официальными?
13. Можно/ нужно ли терпеть нарушения соседями правил поведения?
14. Нужно/можно ли вмешаться в поведение соседей в сфере их семейной жизни, если там непорядок?
15. Приглашают ли соседей к столу, если они пришли в дом?
16. На сколько тесно общение у людей, живущих в общежитии? Что им позволено в отношении соседей? Что можно попросить? Нужно ли уговаривать соседей по комнате тем, что у тебя есть вкусного?
17. Нужно ли уйти, если к соседу по комнате пришли гости?
18. Можно ли попросить соседей передать вашим знакомым, которых вы не застали дома, устное сообщение, предмет, записку? Можно ли спросить у соседей, где ваши знакомые?
19. Можно ли звонить соседям с просьбой позвать к телефону ваших знакомых из соседней квартиры (если у тех нет телефона)? Дают ли номер телефона соседей?

Опыт показывает, что наиболее продуктивно опрашивать иностранцев об особенностях русского общения в течение первых 2-3 месяцев их пребывания в России, с 6 месяцев возникает привыканье и они перестают замечать многие различия своего и русского коммуникативного поведения. То же самое происходит с русскими за границей – впечатления первые месяцев самые яркие и точные.

Опросник 3.

Параметрический опросник по коммуникативному поведению народа

Опросник называется параметрическим, поскольку интересующие исследователя коммуникативные признаки заранее «уложены» в определенные параметры:

Такими параметрами являются:
 Темп
 Паузация
 Громкость Эмоциональность
 Объем речевой деятельности
 Манера речи
 Акцент
 Интонация
 Выразительность речи
 Использование юмора
 Дикция
 Мотивированность речевого вклада
 Коммуникативные предпочтения
 Интенсивность жестикуляции
 Объем жестикуляции
 Общая характеристика мимики
 Улыбка

Преобладающее выражение лица
Взгляд
Стойка и т.д.

Респондентам, предлагается ранжировать каждый параметр по определенной шкале, например: темп – очень высокий, высокий, невысокий, низкий: общая характеристика мимики – очень интенсивная, интенсивная, невысокая интенсивность, невыраженная и т.д.

Методика непосредственного наблюдения

Эта методика предполагает постановку перед исследователем конкретной задачи по наблюдению.

К примеру, ставится задача определить наличие определенной характеристики в общении наблюдаемых людей за определенный период времени.

В качестве примера подобного наблюдения приведем исследование Джона Грэхема (Graham, John, p.84), который предлагает методику определения некоторых коммуникативных характеристик делового общения разных народов:

периоды молчания - количество периодов молчания длительностью более 10 секунд на 30 минут наблюдения;

перебивание собеседника - количество перебиваний на 10 минут наблюдения;

взгляд в лицо собеседнику - количество контактов взглядом на 10 минут наблюдения;

прикоснение - количество прикосновений к собеседнику, включая рукопожатие, на 30 минут наблюдения.

Автор приводит следующую таблицу, описывающую результаты его собственных наблюдений:

коммуникативный признак	японцы	американцы	бразильцы
периоды молчания	5, 5	3,5	0
перебивы	12,6	10,3	28,6
взгляд в лицо	1,3	3,3	5,2
прикоснение	0	0	4,7

Методика включенного наблюдения

Данная методика используется, когда исследователь непосредственно находится среди общающихся. Она эффективна в том случае, если исследователем ставится перед собой одна задача - например, наблюдение над

тем, как немцы здороваются или какие темы выбирают американцы для беседы в гостях. После наблюдения результаты немедленно записываются.

При пребывании наблюдателя длительное время в стране изучаемой коммуникативной культуры наиболее яркие впечатления могут быть записаны в первые 2-3 месяца пребывания, затем острота внимания притупляется.

Методика интервьюирования

Интервьюированию подвергается один информант, разговор ведется один на один. Этот прием трудоемок и требует много времени.

Данную методику использовала немецкая исследовательница Астрид Эртльт-Фийт (Astrid Ertelt-Fieth). Она, к примеру, спрашивала немцев, которых проходили учебу или стажировку в России: “Что удивило вас в России?”, а затем классифицировала по темам полученные ответы - “очереди”, “в гостях”, “в магазине”, “в церкви”, “знакомство”, “Институт им. Пушкина” и т.д.

Методика интервьюирования наиболее эффективна при работе с инокультурными информантами - к примеру, с иностранцами, так как гетерокультурные информанты с трудом отвечают на вопросы об общении своего народа - нет привычки наблюдать за ним и, тем более, анализировать и вербализовать свои наблюдения. Инокультурные информанты более наблюдательны к чужому для них общению, чем гетерокультурные - к своему родному. Инокультурных информантов, как уже отмечалось выше, лучше интервьюировать в первые 2-3 месяцев пребывания в стране, позже у них возникает привыкание и подавляется наблюдательность к чужому общению, так как они его в основных чертах осваивают.

С гетерокультурными информантами эффективнее работать в форме беседы в малой группе, они часто отвечают по аналогии, дополняя друг друга. Исследователь записывает информацию, получаемую от участников беседы, информанты же отвечают устно.

Письменный ответ на вопрос

Испытуемым предлагается письменно ответить на один или несколько вопросов, касающихся коммуникативного поведения их народа. Практика показывает, что вопросов должно быть не более 10 и они должны иметь достаточно конкретный характер.

Экспериментальные методики

1. Экспериментальное определение коммуникативных признаков

Приведем пример экспериментального определения коммуникативной дистанции.

Эксперимент проводится следующим образом.

Испытуемым предлагается представить себя в ситуации вступления в

общение:

1. с реальным товарищем по группе;

Инструкция: “Подойдите на комфортное для вас расстояние и вступите в разговор с....” (реального вступления в разговор не требовалось).

2. с незнакомым на улице;

Инструкция: “Подойдите на комфортное для вас расстояние и вступите в разговор с....” (реального вступления в разговор не требовалось).

3. с сидящим на стуле незнакомым;

Инструкция: “Вам надо поговорить с сидящим на стуле перед вами незнакомым человеком. Возьмите стул и сядьте перед ним на комфортном для вас расстоянии” (реального вступления в разговор не требовалось).

4. с приближающимся человеком;

Инструкция: “К вам подходит для разговора незнакомый человек. Остановите его на расстоянии, которое вы считаете для себя комфортным” (реального вступления в разговор не требуется).

5. Определение дистанции в очереди.

Инструкция: “Встаньте за мной в очередь на привычной для вас дистанции друг от друга”.

Между участниками эксперимента была растянута по полу рулетка, по которой определялась дистанция. Один из участников стоял у ее начала (0 см.), второй к нему подходил с противоположной стороны. Наблюдатель фиксировал установленное участниками эксперимента расстояние и приглашал следующего участника. В эксперименте с очередью участвовала вся группа испытуемых одновременно. Результаты замеров фиксировались в протоколе эксперимента.

Проведенный эксперимент позволил сделать вывод о том, что подобное экспериментальное изучение дистанции общения возможно и дает результаты, дифференцированные для разных коммуникативных ситуаций (см. статьи И.А.Стернина в сборниках: Русское и финское коммуникативное поведение, вып. 1 и 2).

2. Ранжирование коммуникативных признаков

Испытуемым предлагаются некоторые заранее выделенные экспериментатором коммуникативные признаки и предлагается их ранжировать по определенной шкале.

Например:

Выберите вариант ответа:

темп речи американцев - очень медленный,

медленный,

замедленный,

такой же, как у нас,

убыстренный,

очень быстрый

какова вероятность, что в американском поезде попутчики заговорят друг с другом?

очень высокая
высокая
невысокая
это бывает редко
крайне редко

Ранжирование может осуществляться в процентах. Такой прием использовала А.Эртельт-Фийт для описания коммуникативных признаков, которые совпадают в исследуемых культурах, но их значимость для своих культур различна.

Для ситуации приема гостей у русских и немцев в равной мере характерны признаки “бескорыстие” и “выполнение правил этикета”, но значимость их различна. По данным исследовательницы, это соотношение выглядит следующим образом:

немцы - 50: 50
русские - 75:25

Аналогично, в ситуации “общение с незнакомым” признаки “вмешательство” и “дистанция” А.Эртельт-Фийт (A.Ertelt-Fieth) определяет так:

немцы - 50:50
русские - 75:25

Подобное ранжирование может быть сделано предметом опроса - “Каково, по-вашему, соотношение данных признаков в русской (немецкой) культуре?” Опрошены должны быть информанты, знакомые с обеими культурами.

Ранжированию в процентах может быть подвергнут и единичный, отдельный коммуникативный признак, например:

“Каков процент того, что в России молодая женщина в ресторане заговорит с незнакомыми мужчинами?”.

6. Проблема типизации и верификации описания

Проблема типизации при описании

Описание американского коммуникативного поведения предполагает опору на описание американского национального менталитета и национального характера американцев. Описание как того, так и другого наталкивается на значительные трудности, поскольку вопрос о единстве мышления и поведения американцев как нации относится к традиционно дискуссионным: территориальная, этническая и культурная дифференциация американского общества весьма велика и выделить общеамериканские нормы, признаки, характеристики, черты оказывается весьма затруднительно.

Опрос самих американцев во многих случаях также приводит лишь к возникновению дополнительных трудностей - американцы сплошь и рядом, в силу национальных же особенностей своего характера, отказываются “типизировать” свой народ. Д. Стивенсон отмечает, что обобщенные высказывания о типичных американцах у американцев не приветствуются.

Нежелание быть типичным - одна из черт характера американцев. Это одно из проявлений индивидуализма, подчеркивание индивидуальных различий (Stevenson, 1987, с. 106).

Американцы любят фразу “it's special”, и не любят фразу “это типично по-американски” - обобщения на национальном уровне американцам мало нравятся.

У Д. Левин читаем: “Американка рассказывала: “Когда я была в Японии, мои японские друзья часто говорили: “Мы, японцы, делаем так” или “Мы, японцы, чувствуем так”. Затем они спрашивали: “А как это у американцев?” Мне было очень сложно отвечать на такие вопросы. Я говорила: “Мои друзья делают так” или “Люди, которых я знаю, делают так”, или “Многие американцы, возможно, думают так”. Вероятно, они ожидали, что я скажу: “Мы, американцы, делаем так.” Но я никогда не скажу этого! Я не знаю, как думает каждый. У нас не улышишь, чтобы люди говорили: “Мы, американцы,...” (Levin et al, с.187). Она же, впрочем, отмечает: “Сами американцы могут объяснять особенности поведения в своей культуре по-разному. Поэтому лучше спросить у нескольких людей. Не забывайте, что американец, которому вы зададите вопрос, может быть, никогда не задумывался над тем, о чем вы его спрашиваете. Лучше спросить у американца, который много времени провел с представителями разных культур, чем у того, кто не имел такого опыта” (Levin et al, с.205).

Население Америки отражает удивительное этническое разнообразие, которым и объясняется тот факт, что культура страны представляет собой смесь порой совершенно непохожих культурных традиций и обычаяв разных народностей. Газеты обычно используют такие термины как “американцы африканского, итальянского, азиатского, арабского происхождения” для отражения устойчивости многонационального наследия Соединенных Штатов. Так, более 20 процентов населения двух крупнейших городов Америки Лос-Анджелеса и Нью-Йорка были рождены в другой стране. В ряде крупных городов “небелое” население превышает по численности “белое”.

Наряду с этническим разнообразием, Америку отличает также разнообразие религиозных и политических убеждений, профессий, наконец, резкое разделение доходов.

Вера Оверол, пра-пра-правнучка Пушкина, живущая в США, говорит, что «американец – это не национальность, это – философское понятие». Владимир Познер, который достаточно долго жил в Америке, отмечал, что говорить об американской нации как о чем-то едином нельзя, это в действительности не тигель, где слились многие народности, как это любят говорить американцы, а скорее это салат, в котором отдельно существуют рядом, не смешиваясь, множество наций и рас.

Коммуникативное поведение американца очень отличается территориально - в зависимости от того, южанин он, северянин или живет на Западе.

Обобщать стиль американской жизни особенно сложно, если приглядаться к отдельным сообществам – немецким, китайским, испанским и т.д.,

существующим в американском обществе - у них свои правила жизни, несмотря на то, что все одеты в джинсы и едят гамбургеры.

Во многих странах наблюдается американизация коммуникативного поведения, стремление подражать американскому образу жизни, что стирает различия между поведением американцев и европейцев. Еще в 60-е годы можно было сказать: "американцы принимают душ каждый день и покупают продукты раз в неделю. В Европе это не так." Сегодня так сказать нельзя – американские привычки не изменились, а европейские претерпели изменения – появились супермаркеты, увеличилось количество автомобилей, есть " пробки" на дорогах, баночное пиво и т.д.

Описывать коммуникативное поведение народа вообще сложно, поскольку оно проявляется в коммуникативном поведении отдельных личностей, а их контакт с наблюдателем и исследователем во многом случаен.

Коммуникативное поведение конкретной личности, к тому же, зависит от многих факторов, среди которых можно выделить субъективные и объективные.

Субъективные факторы:

- * эмоциональное состояние личности,
- * темперамент,
- * место (страна) коммуникации (западноевропейцы - немцы, финны, англичане, к примеру, в России ведут себя часто совсем не так, как у себя дома - например, молодой англичанин без зазрения совести свесил ноги с верхней полки в русском поезде)
- * физическое состояние (пьяные финны ведут себя агрессивно)

Объективные факторы:

- собственный пол и пол собеседника,
- собственный возраст и возраст собеседника,
- собственный статус и статус собеседника (равный, вышестоящий, иностранец),
- степень знакомства (знакомые, малознакомые, друзья, родственники, коллеги),
- конкретные отношения с собеседником (родители, дети, коллеги, незнакомые, посторонние и т.д.),
- территория общения (город, село, столица, маленький город, учреждение, улица, кухня),
- тип коммуникативно-предметной ситуации (в гостях, церкви, поезде),
- профессия (учитель, милиционер, продавец, врач и др., например, у русских есть правило - с милиционером лучше не спорить) и т.д..

Понятно, что все эти факторы – как объективные, так и субъективные - затрудняют типизацию.

При описании коммуникативного поведения, в ходе типизации надо также каким-либо образом учесть, что тот или иной народ считает *своим*, а что - *чужим*, привнесенным извне, а также, что он считает *главным*, а что *второстепенным*.

Например, здоровье, экология, богатство у россиян не главное, а воспитание детей рассматривается как одна из самых главных задач общества.

У датчан, к примеру, экология, экологические продукты, здоровье - главное, а электрическая зубная щетка «чрезвычайно важна для детей, поскольку у них еще не развита мелкая мускулатура и они не умеют делать необходимых движений».

Американские исследователи, не умаляя сложности проблемы, считают, тем не менее, возможным получение достаточно обобщенного описания американского характера и поведения, поскольку признают достаточную гомогенность американского общества. Д. Стивенсон отмечает, что “было бы ошибкой считать, будто Америка является собой набор групп иммигрантов и этнических или религиозных общностей... На самом деле, 94% сегодняшних американцев родились в США... В результате, десятки миллионов американцев, которые гордятся своими этническими корнями, все же являются в большей степени американцами, чем ирландцами, итальянцами, немцами или пуэрториканцами. То общее, что объединяет их, более значимо, чем то, что делает их отличными друг от друга”(Stevenson, 1987, с. 14-15).

Американцы могут казаться очень непохожими друг на друга, но если сравнить их как группу, например, с группой японцев, то станет понятно, что определенные образцы поведения наиболее характерны для американцев, в то время как другие - для японцев.

Основные идеи, ценности и образцы поведения, о которых пойдет речь в данном очерке, представляются характерными для так называемого “среднего” “белого” класса американцев. Подобное сужение рассматриваемой выборки представляется оправданным, если учесть, что представители этой категории долгое время занимали большинство влиятельных позиций в стране. Выходцами из этого класса были известные политические и деловые лидеры, журналисты, писатели, - т.е. люди, способные оказать глубочайшее влияние на общество в плане формирования его ценностей. Поэтому “американская культура общения”, о которой далее пойдет речь, - это культура “среднего” “белого” класса американцев. В случаях же определенного отклонения поведения, скажем, “американцев африканского/азиатского и т.д. происхождения” от описываемого “образца”, делаются необходимые комментарии.

И еще одно соображение - американцы стараются быть нетипичными, оригинальными, но у них это плохо получается, поскольку традиционно большое влияние на американцев имеет распространение рекламно-телевизионного стандарта жизни: Владимир Познер подчеркивает отсутствие индивидуальности у большинства американцев, поскольку они слепо и неосознанно следуют телевизионным советам: одеваются одинаково, едят одно и то же.

В связи со сказанным предлагаемое ниже описание доминантных черт американского характера является в определенной мере условным, хотя именно доминантные черты, то есть наиболее яркие, проявляющиеся в большинстве ситуаций поведения и общения американцев, могут быть выделены, видимо, с достаточной точностью.

Предложенное описание не исключает, а даже предполагает, что те или черты американского характера в разных регионах США, в разных возрастных

группах и т.д. будут различаться по степени яркости, выраженности того или иного качества или признака, что и будет являться предметом дальнейшего исследования в проекте «Американское и русское коммуникативное поведение».

Задача исследователя при описании коммуникативного поведения - обеспечить достаточный уровень типизации коммуникативного признака или характеристики, чтобы такое описание было содержательным и достаточно обобщенным. Уровень обобщения должен быть достаточно высоким, чтобы обладать объяснительной силой, и достаточно конкретным, чтобы давать новое знание. Описывать целесообразно доминантные, наиболее часто проявляющиеся признаки, характерные для большинства или многих ситуаций общения, а затем уточнять их проявление в разных коммуникативных ситуациях.

Типичные коммуникативные признаки, выделенные в ходе исследования, в дальнейшем конкретизируются с учетом объективных и субъективных условий их проявления в реальной коммуникации, в различных коммуникативных ситуациях.

Затем типизированные коммуникативные признаки должны быть подвергнуты верификации.

Верификация коммуникативных признаков

Верификация - это проверка выделенных коммуникативных признаков носителями описываемой коммуникативной культуры, сопровождающаяся конкретизацией условий их проявления в общении. Это - второй этап описания коммуникативного поведения народа.

При верификации информантам (а таковыми должны быть инокультурные респонденты, проявляющие интерес к тематике исследования) предлагается охарактеризовать выделенные на предварительном, первом этапе коммуникативные признаки по предлагаемой шкале.

К примеру: *очень часто, достаточно часто, иногда, редко, никогда и т.п.* В процессе верификации (а она может проводиться как устно, так и письменно) не принимаются ответы типа *это смотря когда, это по-разному, это смотря кто* и т.д. - необходимо в инструкции побудить информантов к тому, чтобы они выбрали содержательный ответ, проделав некоторую мыслительную обобщающую работу: «*чаще всего, видимо, да....*», «*это чаще характерно для молодежи*» и т.д.

В процессе верифицирующего эксперимента по каждому верифицируемому признаку испытуемым предлагаются некоторые ограничители из предложенных в анкете для данного признака (*типично для городской молодежи, обычно в общении родителей с маленькими детьми, только со знакомыми, нельзя с пожилым человеком и т.д.*)

Верификация осуществляется одновременно с конкретизацией.

Существуют три уровня проявления и формирования национальной культуры:

1. Базовое стереотипное ядро знаний,

2. Периферийное стереотипное знание,
3. Личностный уровень (выбор знаний, обусловленный воспитанием, образованием, жизненными условиями и др. личностными факторами) (Прохоров).

Описание коммуникативного поведения проводится на первом и втором уровнях.

Системное типизированное описание коммуникативного поведения народа не предполагает, что оно является собой некоторую совокупность коммуникативных стереотипов, обнаруживающихся у каждого носителя языка и даже у среднего носителя языка: среднего носителя языка на самом деле просто не существует. Невозможно, видимо, однозначно описать и коммуникативные стереотипы, характерные для *большинства* носителей языка - скорее, это будут стереотипы обнаруживаются в коммуникативной деятельности *многих* носителей языка.

Речь в таком описании идет о наличии описываемых стереотипов в национальной культуре, в ее фонде, концептосфере, а не об обязательном обладании этими стереотипами каждым, большинством или средним носителем языка, так как это уже вопрос выбора: отдельные индивиды овладевают определенной частью коммуникативного поведения народа, но никогда - всей совокупностью этих стереотипов. Можно лишь утверждать, что многие носители данной культуры и данного языка обладают данными стереотипами.

Описание коммуникативного поведения отражает:

1. реально наблюдаемую реализацию этих стереотипов у многих носителей языка;
2. реально наблюдаемую реализацию этих стереотипов во многих ситуациях общения;
3. большую или меньшую осознаваемость данных стереотипов носителями языка в условиях рефлексии или верифицирующего опроса;
4. обнаружение этих стереотипов в межкультурном общении в форме коммуникативного шока или коммуникативных затруднений;
5. эксплицитная, часто верbalная фиксация отклонений от этих стереотипов при их нарушении кем-либо из собеседников в конкретной коммуникации.

Наиболее эффективным и надежным способом верификации результатов описания коммуникативного поведения является предложение инокультурным информантам, интересующимся исследованиями такого рода, готового списка утверждений о коммуникативном поведении их народа с заданием определить, верно или неверно это утверждение, а также выбрать из предложенного списка определенные условия, при которых утверждение может быть верным, например: *верно для молодежи, провинциалов, женщин, небольших коллективов и т.д.* Именно эта методика будет применена на последнем этапе исследования американского коммуникативного поведения – текст данной монографии будет передан для верификации американским членам проблемной группы.

7. Модели описания коммуникативного поведения народа

Исследование показывает, что могут быть предложены три основные модели описания коммуникативного поведения народа: *ситуативная, аспектная, параметрическая*.

Все три модели призваны обеспечить комплексность описания коммуникативного поведения, но различаются своим назначением.

Ситуативная модель предполагает описание коммуникативного поведения народа в рамках коммуникативных сфер и стандартных коммуникативных ситуаций (приветствие, извинение, вступление в контакт, выход из общения, общение в гостях, общение в коллективе, общение по телефону, общение с детьми, национальная невербальная система и т.д.). Ситуативная модель строится на эмпирическом материале.

Набор подлежащих описанию коммуникативных сфер и стандартных коммуникативных ситуаций достаточно велик и количество описываемых сфер и ситуаций будет определяться практическими соображениями. Ситуативная модель непосредственно базируется на практике межкультурных контактов, включая такие тематические сферы и коммуникативные ситуации, в которых при межкультурном общении выявились реальные расхождения. Она удобна в прикладных целях – для научно-популярного описания коммуникативного поведения народа, для дидактических целей.

В ситуативной модели отдельно рассматривается вербальное, невербальное коммуникативное поведение и социальный символизм, поскольку они репрезентируют разнотипные коммуникативные средства, используемые в несовпадающих коммуникативных ситуациях и сферах.

Аспектная модель предполагает описание коммуникативного поведения в рамках выделенных исследователем априори аспектов, основные из которых – вербальный и невербальный, а также продуктивный, рецептивный, нормативный и реактивный (см. «Русское и финское коммуникативное поведение». Вып. 1-2; Н.А. Лемяскина, И.А. Стернин. Коммуникативное поведение младшего школьника.; И.А. Стернин. Модели описания коммуникативного поведения).

Параметрическая модель предполагает системное достаточно формализованное описание коммуникативного поведения на основе некоторой заданной исследователем совокупности факторов, параметров и признаков, по которым может быть описано коммуникативное поведение любого народа.

Именно в рамках параметрической модели выделяются коммуникативные факторы, коммуникативные параметры и коммуникативные признаки. Основой описания являются коммуникативные признаки (действия, факты), выделенные на эмпирической основе, из фактического сопоставительного материала. Эти признаки для удобства описания систематизируются, обобщаются в параметры, а параметры – в факторы. Таким образом,

получается обобщенная модель коммуникативного поведения народа, построенная снизу вверх и представляющая собой обобщение выявленных особенностей национального коммуникативного поведения. Выявление факторов и параметров описания коммуникативного поведения народа – важная и сложная научная задача.

Описание коммуникативного поведения народа по параметрической модели предполагает полную характеристику релевантных черт коммуникативного поведения исследуемой лингвокультурной общности по сравнению с коммуникативным поведением сопоставляемого народа или народов. В параметрической модели вербальные и невербальные коммуникативные признаки рассматриваются не раздельно, а в рамках одних и тех же параметров, поскольку выполняемые ими функции в рамках определенных коммуникативных параметров совпадают и вербальные и невербальные средства взаимно дополняют друг друга.

Подчеркнем, что параметрическая модель является в принципе теоретической базой коммуникативно-ситуативного описания коммуникативного поведения любого народа, а ситуативно-тематическая и аспектная модели дают материал для обобщения, используемый при создании параметрического описания коммуникативного поведения, так что все три модели не исключают, а предполагают и дополняют друг друга.

В нашей работе мы дадим образцы описания американского коммуникативного поведения в рамках двух моделей – ситуативной и (в заключение) – параметрической.

Ситуативная модель наиболее содержательна и удобна для начального этапа исследования, параметрическая же в ее формализованном виде позволяет кратко подвести итог описания.

На базе разработанных моделей можно будет осуществить конкретное описание американского коммуникативного поведения в сопоставлении с коммуникативным поведением русских. Эти модели могут также стать основой, исходной базой для описания в сопоставлении с русским коммуникативным поведением коммуникативного поведения других народов – как близких, так более удаленных по коммуникативной культуре от русского и американского.

8. Менталитет, национальный характер, национальное поведение

Влияние национальной специфики менталитета той или иной лингвокультурной общности на процессы и результаты межэтнического общения нельзя ни преувеличивать, ни приуменьшать. Необходима теоретическая и практическая разработка этой проблемы с целью выявления тех компонентов коммуникации, в которых влияние национальной специфики менталитета наиболее заметно и результативно.

Понятие менталитет (см. И.А.Стернин .О понятии менталитет // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998, с.24-26.) в настоящее время стало

широко употребительным, но оно до сих пор не может считаться достаточно четко определенным. Существуют самые различные, весьма противоречивые определения этого понятия, причем в словарях и справочниках они стали появляться фактически только в середине 90-х г.г. Под менталитетом понимают образ мыслей, психологический склад ума, особенности мышления и мн. др. Слово стало модным, и употребляют его подчас именно для моды, вне строго определения. Ср. фразу из книги П.С. Таранова "Методы стопроцентной победы (Симферополь, 1997): "Бумага" заменяет, замещает и подменяет человека... На этом менталитет можно сыграть" (с.17).

Необходимо признать, что сфера когнитивно-национального в настоящее время является предметом пристального внимания многих исследователей. Понятие менталитета, используемое при описании этой сферы, перекреивается и смешивается прежде всего с такими понятиями, как национальная психология, национальный характер. Представляется, что именно с этими понятиями менталитет в первую очередь необходимо развести.

В связи с этим мы хотим предложить некоторые возможные теоретические разграничения, основываясь на опыте контрастивного анализа языков и коммуникативного поведения разных народов.

Прежде всего, представляется важным отметить, что менталитет - понятие, характеризующее не только нацию в целом - специфическим менталитетом обладают и различные социальные группы людей. В связи с этим менталитет мы предлагаем определить как специфический способ восприятия и понимания действительности, определяемый совокупностью когнитивных стереотипов сознания, характерных для определенной группы людей.

Групповой менталитет - это особенности восприятия действительности определенными социальными, возрастными, профессиональными, половыми группами людей. Хорошо известно, что одни и те же факты действительности, одни и те же события могут быть по-разному восприняты в разных группах людей. Мужчины и женщины, дети и взрослые, гуманитарии и «технари», богатые и бедные и т.д. весьма по-разному могут воспринимать и интерпретировать одни и те же факты. Это связано с когнитивными стереотипами, диктующим приписывание причин тому или иному следствию, событию. Менталитет связан с установками личности, механизмами аперцепции.

Так, известно, что игроки проигравшей команды имеют тенденцию приписывать поражение влиянию объективных факторов /плохое поле, необъективное судейство и др./, в то время как наблюдатели склонны объяснять поражение субъективными факторами / не проявили воли, не старались, не хватало скорости и др./. Победители обычно успех приписывают собственным усилиям, а поражение - влиянию обстоятельств. Ср.: "у победы масса отцов, поражение всегда сирота". Есть детская, мужская, женская "логика" и т.д. Есть менталитет определенных психологических типов людей - ср., к примеру, менталитет оптимиста и пессимиста: первый говорит "еще полбутилки осталось", а пессимист говорит "уже полбутилки нет". Можно сказать, что менталитет имеет "автоматизированный" характер, он действует

практически без контроля сознания, и поэтому во многих случаях “необъективен” - если человек хочет быть объективным, он должен сознательно преодолевать “указания” своего менталитета, свои установки, свою апперцепцию.

Существует национальный менталитет - национальный способ восприятия и понимания действительности, определяемый совокупностью когнитивных стереотипов нации. Ср.: американец при виде разбогатевшего человека думает: “богатый - значит умный”, русский же в этом случае обычно думает “богатый - значит вор”. Понятие “новый” у американца воспринимается как “улучшенный, лучший”, у русского - как “непроверенный”.

Национальный менталитет представляет собой национальный способ восприятия и понимания действительности на базе присутствующих в национальном сознании стереотипов, готовых мыслей, схем объяснений явлений и событий, механизмов каузальной атрибуции. Это стереотипы мышления.

Национальный характер – это психологические стереотипы *поведения* народа.

Социальное, физическое и коммуникативное поведение определяются менталитетом. При описании коммуникативного поведения нет необходимости различать менталитет и национальный характер, менталитет, который, как сказано выше, обуславливает и характер, и поведение, и коммуникативное поведение народа.

9. Методика исследования коммуникативного поведения в рамках проекта «Американское и русское коммуникативное поведение»

Каждый участник проекта получает для исследования определенную стандартную коммуникативную ситуацию или коммуникативную сферу - например *Знакомство, Общение в семье* и т.д.

Последовательные этапы работы каждого участника проекта

1. Прочитать вопросник и по возможности добавить свои вопросы по данной теме.
2. Собрать материал на тему, обозначенную в вопроснике, пользуясь всеми доступными источниками:
 - проанализировать видеокурс “Семейный альбом” и др. учебные видеокурсы, подготовленные в США;
 - проанализировать доступные американские фильмы;
 - использовать материал из учебной и научной литературы на данную тему /отвечать на вопросы вопросника/;

- взять интервью по вопроснику у тех, кто бывал в США;
- взять интервью у американцев по вопроснику.

3. Подготовить и набрать на компьютере связный текст - очерк об американском коммуникативном поведении на тему, определенную в вопроснике /с указанием в конце очерка использованных источников материала по нормам библиографического описания/.

В очерке по порядку должны быть описаны особенности американского коммуникативного поведения в стандартной коммуникативной ситуации или конкретной коммуникативной сфере с упором на отличия от русского коммуникативного поведения.

Завершающий этап – обобщение полученных замечаний и уточнений и подготовка коллективной монографии, обобщающей полученные результаты.

На втором этапе полученные результаты верифицируются и уточняются экспертами.

Глава II.

Американский характер

и коммуникативное поведение

1. Доминантные черты американского характера

Оставляя в данной работе в стороне описание американского национального менталитета, что представляет собой отдельную научную задачу, сосредоточимся на описании основных, доминантных черт американского национального характера.

Под доминантными чертами национального характера того или иного народа понимаются такие черты, которые в равной степени проявляются у представителей разных возрастных, гендерных, социальных групп и проявляются представителями данного этноса разных предметных ситуаций. Описание доминантных черт национального характера – это всегда обобщение, типизация.

Существует довольно много описаний доминантных черт американского характера, сделанных как самими американцами, так и (что чаще) иностранцами, познакомившимися с Америкой и американцами.

Социолог Лорд Брайс (Lord Bryce) описывает американцев как добродушных, подающих надежды, образованных, моральных, религиозных,

но не благоговейных, с коммерческой жилкой, общительных; при этом он считает их непостоянными, изменчивыми и консервативными. (Making America, с. 22)

Социолог Алекс Инкелес (Alex Inkeles) отмечает, что Америка - страна, которую отличают гордость за свое правительство и политические институты, независимость и чувство доверия в совокупности с настойчивостью, упорством и инициативой, обязательность выполнения общественных действий, волонтеризм и «организованная демократия», доверие и взаимное уважение прав, оптимизм, авантюризм, равенство, неиссякаемая энергия, pragmatism, склонность к дерзости и хвастовству, земные интересы, предпочтение конкретного (Making America, с. 21).

В начале 1960-х годов исследователи Альберт (Albert) и Вильямс (Williams) выделяли как наиболее яркие следующие характеристики американцев: активный подход к жизни, основанный скорее на активном, чем на пассивном восприятии событий, контактность: равенство в общении, предполагающее горизонтальный, равный, а не иерархический подход в плане социальных отношений, толерантность, стремление к достижению компромисса, терпимость к разнообразию (Making America, с. 23).

По словам Морриса Бебека (Morris Birbeck), американец ищет чего-то лучшего, поэтому он живет и умирает с надеждой. В некотором смысле американец похож на цыгана. Американцы - нация, которая не является ни «сельской», ни «городской». Они - «сельско-городская» нация (Making America, с. 102). Для многих миллионов американцев маленький городок означает «дом» - место, где человека любят за то, каким он был всегда, а не за то, кем и каким стал. Взрослые мужчины и женщины испытывают ностальгию по своему «дому», это место, где существуют добрососедские отношения и есть возможность избежать ужасного одиночества. (Making America, с. 103).

Попытаемся представить доминантные черты американского национального характера как перечень признаков, поясняя каждую из выделяемых черт кратким комментарием, раскрывающим ее содержание.

Независимость

Американцы очень ценят независимость личности. Они убеждены, что личные мнения, личная свобода - превыше всего, они должны уважаться и соблюдаются в первую очередь.

В воспитании акцент делается на индивидуальное развитие личности, способностей, индивидуальные достижения человека. Отсюда возможность соперничества между друзьями, большая роль спорта в воспитании, соревновательность как принцип жизни и мотив к деятельности.

Большинство американцев считает очень важной способность самому позаботиться о себе. Американские родители, так же как и все родители, любят своих детей, но они приучают их быть самостоятельными с раннего возраста. Большинство родителей считает, что когда их подрастающие дети начинают жить отдельно, они быстрее научатся быть самостоятельными и скорее начнут взрослую жизнь.

С пеленок ребенка учат рассматривать себя как *отдельную личность*, ответственную за свои собственные поступки, и, тем самым, за свою собственную судьбу. Даже самым маленьким детям представляется возможность выбора, например, цвета покупаемой игрушки или места в кафе. И, пожалуй, самым глубоким оскорблением для американца является лишение или ущемление его права свободы выбора. Дети ведут себя независимо, сами контролируют свое питание, свой отдых.

Родители также учат детей отвечать за себя в финансовых вопросах. Обычно (если нет материальных проблем) дети покидают родительский дом в 20-22 года. В этом возрасте они уже могут работать полный день, могут жениться или выходить замуж и т.п.

Взрослые сын или дочь, которые живут вместе с родителями, считаются очень зависимыми. Если родители настаивают, чтобы дети жили с ними, люди могут сказать, что они не дают детям вырасти. Многие родители считают, что они хорошо воспитали своих детей, если их дети быстро становятся самостоятельными (Levin et al, c.201)

А. Лейниер отмечает, что американцы очень ценят личное уединение. Они живут небольшими семьями, где каждый ее член чувствует себя самостоятельной индивидуальностью. Дети обычно имеют свои собственные комнаты, где им даже позволяют запирать за собой дверь. Во многих культурах желание побыть одному расценивается как признак какого-то неблагополучия. К американцам это не относится. Они не будут постоянно навязывать вам свое присутствие и часто после гостепримного приема предоставят вам самим решать, как дальше строить с ними свои отношения (Lanier, c.16-17)

Чувство “единства с коллективом”, характерное, например, для русской и восточных культур, не свойственно американцу. Не принято делиться всеми своими мыслями, даже с близкими друзьями.

Американцы приучены воспринимать себя как личность, способную нести ответственность за свою жизнь. При этом американцы считают, что люди во всем мире воспринимают себя так же. К представителям иных культур, где развито чувство коллектива, американцы относятся как к слабым, нерешительным, чрезмерно зависимым (Althen, c.6).

Идеал американцев - свободный человек, которому никто не может диктовать, что делать. Они убеждены, что человек лучше всего сам позаботится о своих интересах.

Следует отметить, что рассматриваемая с точки зрения русского характера, независимость американцев рассматривается русским сознанием как приверженность “индивидуализму”.

Уважение независимости других (соблюдение «прайвеси»)

Для американцев свойственно большое уважение к правам и независимости других людей. Даже если нет забора, американцы не заходят в чужой сад, не входят на территорию участка, на котором стоит чужой дом и стоят у входа, ожидая, пока к ним выйдут.

Для американского сознания чрезвычайно важен концепт “прайвеси” (privacy). Это - независимость, неприкосновенность внутреннего мира, определенная дистанцированность от другого как желанное состояние личности.

Считается, что человеку необходимо время, чтобы побывать одному, обдумывать свои проблемы, восполнить потраченную психологическую энергию. Американцы любят быть в коллективе (на работе, праздниках, во время волонтерских мероприятий), но с трудом понимают иностранцев, которые стремятся быть в коллективе *всегда* и не любят оставаться наедине с собой. Дом американца, его сад, даже его офис могут выглядеть открытыми и даже приглашающими, но его мысли закрыты для посторонних, и если вы при общении пересечете определенную границу дозволенного, вторгнетесь на его “личную территорию”, то в лучшем случае ответом будет холодное обращение и отчуждение.

Самостоятельность суждений и поведения

Американец во всем проявляет самостоятельность, независимость, он привык к опоре на собственные силы. Просить помочь у других нежелательно, считается стыдным, демонстрацией слабости. В коллективе не принято рассчитывать на помощь коллег.

С самого детства, как отмечает А. Лейниер, американца учат анализировать, задавать вопросы, исследовать. “Пойди и поищи в справочнике” - обычный ответ ребенку на его вопрос. Школьные задания составляются таким образом, чтобы ребенок обратился как можно к большему количеству дополнительного материала и обдумал многие вопросы самостоятельно. Уже с младших классов ребенка учат пользоваться библиотеками, где он может получить свежую информацию и ознакомиться с новейшими идеями (Lanier, с.19-20).

Трудолюбие, добросовестность

Протестантская религия всячески поощряет личное трудолюбие (добросовестный личный труд угоден Богу), что и в значительной степени и привело к формированию этого качества характера у американцев.

Личный труд для американца - единственный путь к благополучию.

У американца с самого детства формируется убеждение - благодаря личным усилиям, настойчивости в труде, благодаря добросовестной работе можно многое достичь в жизни.

В детях американцы ценят прежде всего аккуратность, пунктуальность, умение достигать результата, профессионализм, умение побеждать,.

В Америке много workaholics - “запойно работающих”, трудоголиков. О своей занятости американцы говорят с мазохистским наслаждением. Правда, в последнее время появился тип американца - эпикурейца, этот работает сколько хочет, гуляет, выпивает, читает книги, смотрит видео, гуляет по интернету. Но в основном американцы все время заняты, даже если это не владельцы фирм; наш журналист М. Таратута говорил, что первое, чему он был вынужден научиться – это быть точным, не опаздывать ни на вечеринки, ни на деловые

свидания. Телефон звонит постоянно. Многие занимаются волонтерской работой (больницы, дома престарелых, сбор средств и т.д.).

Подростки начинают работать, еще будучи школьниками. Большинство американцев считает, что молодежь должна ценить труд и учиться жить самостоятельно. Нередко родители оплачивают только часть стоимости обучения детей в университетах с тем, чтобы дети остальную часть заработали самостоятельно.

Американские юноши и девушки начинают самостоятельную жизнь раньше, чем молодежь в других странах. Кроме того, от них ожидается, что они в семье должны сами оплачивать свои расходы (кроме еды, одежды и жилья).

Предприимчивость, деловитость

Предприимчивость и деловитость американцев вошла в поговорки. В любом деле американец обязательно четко определяет себе цель и последовательно добивается ее достижения.

С детства в детях поощряется деловитость, хватка, умение заработать.

Американец привык решать возникающие проблемы сразу, не откладывая, долго не размышляя и самым простейшим в данной ситуации путем. Американские менеджеры Тики и Деванна писали: “Быстрое удовлетворение потребности каким-либо доступным способом - это часть американской культуры” (с.96).

Американец уверен, что с любой проблемой можно справиться, если иметь ноу-хау.

В Америке принято делать вид, что ты все время ужасно занят, даже если на самом деле это совсем не так.

Приоритет деловых отношений перед личными

Бизнес имеет несомненный приоритет перед личными отношениями - “Боливар не вынесет двоих” (О.Генри).

В американских деловых отношениях можно требовать слепого подчинения от своих подчиненных («Ты работаешь на меня»), можно давать комиссионные за деловые услуги. Американцы не испытывают угрызений совести, увольняя сотрудников. Без каких-либо угрызений совести можно выпускать опасную продукцию, если она приносит прибыль.

В США нет системы “блата” - если американца кто-то просят взять его родственника на работу, проситель вполне может услышать: “А каковы его деловые качества и квалификация как работника?”

Отец и сын могут конкурировать за одно рабочее место, победитель скажет побежденному: «тебе не повезло» или «мне повезло».

Все в США оценивается в деньгах, называются цифры, суммы.

При убеждающем речевом воздействии на американца демонстрация выгоды, ближайшей перспективы высоко эффективна.

Пренебрежение к неудачникам и любовь к победителям

Для американцев характерно восхищение победителями. Американцы искренне восхищаются победителями самых различных конкурсов, в том числе и абсурдных - на самый дальний плевок, на самые длинные ногти, на подзывание свиней с дальних расстояний.

Протестантская религия учит, что Богу угодны трудолюбивые, много достигшие, удачливые, победители.

Проигравший, неудачник - это человек низшего сорта, вызывающий пренебрежение, если не презрение. Его не жалеют, как и он себя сам. Проиграть, не выиграть - это стыдно, позорно. Слова *looser*, *outsider* содержат явное пренебрежение.

Людей интеллектуального творческого труда - поэтов, писателей, музыкантов, актеров - уважают только, если они достигли финансового успеха («если ты такой умный, почему ты такой бедный?»). Существует ментальный стереотип “богатый - значит умный”.

Любовь к большому, выдающемуся

Американцам очень нравится все выдающееся, большое, необычное - самые богатые люди, самые высокие горы, самые большие дома и памятники, самые глубокие каньоны и широкие реки и т.д. М. Ларни высмеивал это качество американского характера: восхищение величайшей в мире лужей, величайшей помойкой мира и т.д.

Американцы любят рекорды и чемпионов.

Американцы проявят большое внимание к церкви и сразу начнут ее фотографировать, если сказать: «В свое время это была самая высокая церковь в России».

Русский писатель Вл. Дорошевич еще в 1907 г. писал: “Янки требует, чтобы все вокруг него было большим - предприятия, дома, газеты. Дом в 22 этажа, мост через Ниагару, газета в 56 страниц. Когда В.В. Верещагин приехал со своей выставкой в Нью-Йорк, ему сразу напророчили успех: - Это несомненно! Мы, американцы, любим все большое - пароходы, дома, репу, морковь, картины и яблоки. Ваши картины достаточно велики, чтобы заинтересовать публику. ... Европа - это конечно, хорошо для отдыха, но, право, среди этих маленьких домиков никогда не выдумаешь ничего большого”.

Практичность, pragmatичность

Американцы тщательно следят за соблюдением выгоды. Они бдительно следят за рекламой и не пропустят распродажи. Чтобы купить подешевле, поедут в другой штат, проявят поразительную активность и расторопность в приобретении товаров и продуктов по дешевке.

Любят приемы и банкеты “на халяву”. В музеи предпочитают ходить в бесплатный день.

Американцы, как часто отмечают европейцы, быстро оставляют к проектам, которые не сулят немедленной отдачи, не дают немедленной практической выгоды.

Национальный эгоцентризм

Для американца характерна замкнутость на собственных (национальных и местных) интересах. Другие страны и регионы их мало интересуют.

Американец воспринимает Америку как центр Земли и искренне полагает, что все жители других стран мечтают перебраться в Америку, только не у всех это сразу получается.

Когда А.Карпов и Г.Каспаров играли в Нью-Йорке матч на первенство мира по шахматам, нигде нельзя было узнать счет - они не американцы, и это никого не интересовало.

Американец мало интересуется тем, что не окружает его лично, не касается или не может коснуться его лично. В связи с этим американцы мало знают о других странах, о мире в целом, демонстрируя подчас удивительную для европейца неосведомленность в географии, истории, культуре. М. Жванецкий приводит диалог: «- Как называется этот океан? – Не знаю, вон сидит парень, он любит географию, спросите у него».

“Короткая память”

Для американцев характерно стремление забыть скорее прошлое, особенно если оно связано с чем-то плохим, неприятным.

Колин Пикер, американский педагог, работавший в российском детском доме, писал в своем дневнике: “Вчера исполнилось 50 лет с того дня, как Германия напала на Россию... Русские люди слишком погружены в свое прошлое (особенно это касается военных лет). Наша тенденция в США иная, она - в словах «Забудь прошлое и с ним будет покончено» («Правда», 19.7.91).

Американцы быстро забывают свои былые интересы, увлечения, переходят к новым и всецело отдаются последним. Это касается и ученых – они занимаются той или иной проблемой определенное время, затем переходят к другой проблеме и зачастую начинают уклоняться от разговора на тему своих прежних интересов, отвечая: «Я больше этим не занимаюсь». Это важное отличие американской научной традиции от российской, где ученый всю жизнь может интересоваться проблемами, которыми он занимался в молодости.

Стремление к благотворительности

Благотворительность выступает для американцев как моральная норма. В среднем американец тратит на благотворительность 2% своих средств и 2% личного времени, но американцы, как утверждают социологи, стремятся довести эти цифры до 5%.

Есть глобальные программы благотворительности, масса некоммерческих благотворительных фондов и организаций. Американцу участие в благотворительности дает репутацию, рекламу – на здании больницы напишут, что она построена с участием такого-то. Известные люди охотно участвуют в благотворительности, рядовые американцы принимают дома туристов из других стран. Без разговоров дадут взаймы денег. Подарят книгу за 50 долларов (но не мелочи, не галстук за 5 долларов, потому что не

представляют, что ты такой не можешь себе купить сам). Будут опекать, возить, покупать билеты и сувениры, карты и путеводители, позвонят знакомым в другой город, чтобы о вас позаботились.

Спокойное отношение к неудачам

Неудачи американцы переносят stoически. Для себя они обозначают ситуацию как «мне не повезло» - «не повезло сегодня, повезет потом». Неудачи с работой тоже переносят спокойно - работу можно сменить.

Оптимистически смотрят на возможности семейного счастья в повторном браке - не повезло в этот раз, повезет следующий раз.

Нескованность мышления традициями, тяга к новому

У американцев существует ментальный стереотип “новое значит лучшее”, который определяет их жизненное поведение.

Американцы легко берутся за новое дело, легко меняют работу, место жительства, уезжают за границу работать и жить, легко меняют квартиры, машины.

Американское мышление с легкостью пренебрегает традиционными представлениями, американец с готовностью хватается за новые идеи, подходы, покупает новые модели телевизоров, стиральных машин и т.д.

Считается, что нельзя долго держать одного и того же начальника на посту - он скатывается к догматизму, начальников надо менять.

Отсутствие робости перед авторитетами

А. Лейниер пишет о том, что иностранцев раздражает, когда на руководящих постах в американских учреждениях работают молодые люди, или более молодой коллега смело вступает в спор с более старшим по возрасту, отстаивая свою точку зрения, вносит какое-нибудь революционное предложение или тщательно перепроверяет отчет своего более опытного коллеги. Иностранцы часто интерпретируют подобную ситуацию следующим образом: американская молодежь лишена чувства уважения к старшим.

Однако подобное поведение американцев не должно расцениваться как неуважение или оскорбление старших.

Американский подход к поиску решений совершенно другой: надо абстрагироваться от конкретной личности. Анализируются прежде всего идеи человека, а не сам человек. Для американцев это две совершенно разные вещи. Поэтому вы можете наблюдать спорящих людей, даже в самых обычных, бытовых условиях обсуждающих проблему со всех сторон, пытающихся найти правильное решение и прийти к единому заключению. В подобных случаях американцы не грубыят и не оскорбляют друг друга, они демонстрируют свою живую заинтересованность в этой проблеме и пытаются постичь ее до конца (Lanier, с. 18).

Азартность

Американцы стремятся к риску, соревнованию. Мотив вызова, соревнования - важный мотив для американца, чтобы взять на себя какое-то дело, «принять вызов».

«Американцы всему миру известны как люди со спортивной жилкой. Сделайте из чего-нибудь развлечение, риск, азарт - и, поверьте, они не устоят. Это сказалось в играх “бинго”, это бросается в глаза на аукционах и во время церковных лотерей, устраиваемых с целью сбора денег на благотворительные цели» (П. Сопер, с.289).

Американцы хорошо реагируют на призывы к немедленному действию.

Популярны у американцев соревнования друг с другом – похудеть, поместить ребенка в престижный университет, получить более высокооплачиваемую работу, купить более комфорtableльный дом и т.д.

Большая роль семейных ценностей

Семья играет большую роль в жизни американца. У босса всегда на столе семейная фотография. Американцы любят семейный отдых, любят везде брать с собой детей.

Иметь хорошую, счастливую семью для американца модно и престижно.

Пунктуальность в выполнении обязательств, соблюдении сроков

Американцы всегда верны своим обещаниям, соблюдают взятые на себя обязательства.

Нарушение срока, несоблюдение взятых на себя обязательств считается у американцев очень большим грехом. Подвести человека нельзя, и американцы не ждут друг от друга несоблюдения обязательств, невыполнения установленных сроков. Американец исходит из презумпции порядочности, обязательности партнера в любом деле.

Законопослушность, соблюдение имеющихся законов

Соблюдение законов, наблюдение за тем, чтобы законы соблюдали все - яркая черта американского национального характера. Сообщить о нарушении соседом какого-либо закона или правила - обычное дело, это считается выполнением своего гражданского долга. Это не осуждается общественным мнением как «стукачество», не ведет американца к угрозениям совести.

Американец ни в коем случае не пойдет на нарушение закона, даже ради близких друзей: если не положено – значит не положено.

В американских вузах студенты не списывают, а если увидят, что кто-то списывает – обязательно скажут преподавателю: это нечестно – кто списывает, может незаконно получить хорошую оценку.

Отсутствие понятия “грязная работа”

Для американца ценна любая работа, он не делит работу на чистую и грязную. Ту или иную работу он может считать временной для себя, но она никогда не рассматривается при этом как низкая или грязная, не соответствующая его квалификации.

Сын миллионера, чтобы подработать, может продавать газеты, а дочь высокопоставленного чиновника будет мыть посуду в ресторане или работать официанткой. Зазорным это не считается.

Важность равенства, равных возможностей

Американское мышление предполагает, что у всех должны быть равные возможности, и что равные возможности должны быть обеспечены обществом каждому. Все должны иметь равные шансы.

Не принято никаким образом подчеркивать классовые различия, различия в возрасте, национальности, в служебном положении, физических возможностях. В последнее время это нашло отражение в борьбе за так называемую «политическую корректность» - стремление избежать в речи фраз, которые могут каким-либо образом оскорбить или дискриминировать человека. Так, например, чернокожего американца следует называть не негром, а афро-американцем.

Правдивость

В американском обществе принято говорить правду. Уличение человека во лжи сразу разрушает его репутацию.

А. Лейниер отмечает стремление американцев к правде «вместо соблюдения условностей». Во многих странах люди стремятся говорить то, что, по их мнению, будет приятно собеседнику, что он хочет от них услышать. В таком случае подобные слова - лишь определенная условность, своего рода вежливость по отношению к собеседнику. Для американцев же такая ситуация выглядит как сознательное введение собеседника в заблуждение, обман, искажение фактов, пусть даже и из лучших побуждений.

В США правда ценится выше вежливости. Американцев с детства учат: «честность – лучшая политика». Для многих людей других национальностей в списке человеческих приоритетов правда оказывается далеко позади таких ценностей, как учивость, честь, верность и др., но не для американца – для него на первом месте правда. Говоря, что человеку не стоит доверять, вы тем самым в глазах американца выносите ему самый строгий приговор.

При обсуждении коммерческих вопросов, в ходе переговоров или при подписании контрактов это качество американского характера может вызывать затруднения у партнеров из стран с другой культурой.. Один европейский бизнесмен как-то сказал: “С нами необходимо вести бизнес, как ухаживание”. Однако американцы не очень хороши для такого рода стратегии. С другой стороны, при общении с американцами обычно можно предвидеть, просчитать, что они скажут и как будут вести себя. За исключением рекламы и политики, американцы обычно не преувеличивают и не обещают того, что не смогут выполнить (Lanier, с.21-22).

Доверчивость

Привыкшие к правде американцы исключительно доверчивы, их легко обмануть, особенно русским. В американском обществе очень многое построено на доверии - в гостиницах обычно нет пропусков, уезжая, гости

просто сдают ключ, зарегистрироваться можно под любой фамилией. Американцы привыкли к честности и не ждут обмана от окружающих. В отношении к собеседнику у них действует презумпция порядочности.

Уважение к религии, библии

Принято регулярно посещать церковь, участвовать в церковной благотворительности.

Библия в США является настольной книгой, она есть в каждом доме, в каждом гостиничном номере.

Уважение и терпимость к другим нациям, национальным меньшинствам

Будучи страной, созданной эмигрантами, Америка с уважением относится к тем, кто приезжает из других стран. Америка стремится сохранить на своей территории культуру этих народов, защищает права национальных меньшинств, старается обеспечить реальную реализацию этих прав. Воспитание этнической терпимости в США является важнейшей составной частью воспитания детей.

Патриотизм

Американцы - большие патриоты своей страны. Они испытывают чувство гордости за свою страну, глубоко уважают флаг, герб и гимн своей страны.

Патриотизм демонстрируется вывешиванием национального флага и размахиванием национальным флагом. В знак согласия с политикой правительства и президента жители на своих домах вывешивают национальный флаг.

В школе день начинается с салюта флагу и исполнения государственного гимна.

Чувство превосходства над другими нациями

Американцы чувствуют себя великой нацией и испытывают чувство превосходства по отношению к другим, менее, с их точки зрения, могущественным и удачливым странам и народам.

Превосходство Америки во всем над «остальным миром» американцами даже не обсуждается – для американцев это ясно само собой, не требует какой-либо аргументации.

Д. Стивенсон отмечает: “Американцы считают себя законодателями стиля жизни” (Stevenson, 1987, с. 107).

Самокритичность

Американцы самокритичны и к своей стране, и к самим себе.

Д. Стивенсон отмечает, что американское общество является наиболее открытым, и в то же время наиболее самокритичным в мире. Эта традиция открытости и самокритики может шокировать иностранцев, которых приучили не выносить сор из избы. И, конечно, этот факт часто истолковывается неправильно теми, кто не знает, что благодаря традициям и опыту,

американцы одновременно являются циниками и идеалистами (Stevenson, 1987, с. 8).

Чувство соседства

Д. Стивенсон указывает, что три черты американского характера имеют корни в жизни фронтира - дружелюбное отношение к незнакомцам, сильное чувство соседства и неформальность общения. Туристы до сих пор часто отмечают дружелюбие, вежливость и готовность помочь со стороны американцев, особенно в маленьких городах (Stevenson, 1987, с.107).

Чувство соседства и готовность помочь соседям в повседневной жизни типичны для жителей маленьких и средних городов. У соседа можно попросить какую-либо вещь взаймы, или попросить его помочь вам сделать что-нибудь у вас в доме. В больших городах жизнь более изолирована, поэтому сегодня многие американцы предпочитают покидать маленькие города, чтобы жить независимо от соседей. Для других же чувство соседства является необходимым в повседневной жизни. Отношения с соседями складываются на основе баланса дружелюбия и желания не совать нос в чужие дела (Stevenson, 1987, с. 108).

А. Лейниер (Lanier, с.16-17) указывает, что для многих приехавших в США иностранцев может показаться непривычной их открытость. Американцы – не любители высоких стен и спрятанных от посторонних взоров внутренних дворов. Зачастую соседние участки даже не разделяются заборами. В небольших городках привыто ходить друг к другу в гости без предварительного предупреждения по телефону и заходить в дом даже без звонка в дверь.

США – огромная страна. Американцы никогда не жили в укрепленных городах, обнесенных высокими стенами для защиты себя от нападения воинственных соседних государств. В первые годы своего существования страна была мало заселена, и каждый вновь приехавший встречался с распространявшимися объятиями. Люди жили кооперативно, иначе бы они не выжили: вырубали лес, строили железные дороги, выращивали кукурузу. Они постоянно зависели друг от друга. Из этого раннего периода своего развития американцы и унаследовали свою открытость.

Стремление преобразовать природу, обстоятельства

Многие народы в мире, особенно азиаты, пытаются найти свое место в природе. Американцы, вместо этого, пытаются управлять ей. Азиаты думают больше о компромиссе, консенсусе и гармонии с природой, американцы считают, что они могут переделать ее в зависимости от своих целей и потребностей. «Трудное может быть сделано уже сегодня, невозможное – чуть позднее». Для этого вызова природе, для поиска, может быть, слишком самонадеянного, и должен работать интеллект (Stevenson, 1987, с.20-21).

По мнению американцев, все вокруг может и должно быть преобразовано для их удобства, и в этом направлении они все время действуют.

Легкость смены места работы в интересах карьеры

А. Лейниер отмечает, что у представителей некоторых национальностей считается нечестным и даже предательским бросать одну работу ради другой. С течением времени между работодателем и служащим могут установиться отношения верности и преданности, надежности и уважении друг к другу. Но для США такие отношения не столь характерны. Американцы рассматривают частую смену работы как признак мобильности. Американцы считают себя вправе иметь лучшее, если они этого достойны, и пользуются любым случаем изменить свою жизнь к лучшему.

Постоянная смена персонала в американских учреждениях кажется бессмысленной для многих представителей других национальностей. «Где ваши корни?», «Как можно быть такими расчетливыми и бесчеловечными?», «Вы ведете себя как машины, а не как люди»: иностранцы не понимают, что большинству американцев нравится переходить с места на место. Новая работа ставит новые задачи, предоставляет новые возможности, знания, друзей и зачастую предполагает переезд в другую часть страны.

Работодатель обычно бывает согласен с теми, кто покидает его. Он уже получил от работника максимум того, что он мог дать, и теперь новый сотрудник, который придет на его место, может принести свежие идеи, опыт и возможности. Смена работы действительно приветствуется в Америке. Кроме того, преуспевшие сотрудники могут быть взяты на работу в ту же самую фирму, но на более высокий пост (Lanier, с. 22-23).

Нетерпеливость, стремление к быстроте решения проблемы

Деловитость американцев проявляется в их национальном характере в виде качества, которое можно назвать нетерпеливостью.

А. Лейниер (Lanier, с.46-47) пишет, что американцы очень высоко ценят время . «Мы рабы времени» - говорят они, рассматривая его как нечто реальное и материальное. Они составляют его бюджет, экономят его и тратят, крадут и убивают, сокращают и отчитываются за него и даже назначают за него цену. Время - это дорогостоящий товар.

Поскольку американцы так высоко ценят время, они обычно очень негодуют на тех, кто тратит его без какой-либо уважительной причины или отнимает время у них.

Большинство американцев расписывают свой день по минутам. Часы как бы всегда тикают в их головах. В связи с этим они стремятся максимально сэкономить свое время, предпочитая пользоваться факсами, телефонами, электронной почтой и т.п., а не личными встречами и контактами, которые отнимают гораздо больше времени. В других же странах такое ведение бизнеса считается неприемлемым. В США, однако, окончательные соглашения, как правило, все же подписываются лично.

Обостренное чувство времени является причиной приписываемого американцам отсутствия терпения. В американской шкале ценностей терпение не занимает приоритетного положения. Для представителей тех национальностей, где время оценивают по-другому, такой высокий темп

жизни американцев является главной точкой преткновения и в деловой и в повседневной жизни.

Американцы стремятся решить любую возникающую проблему как можно быстрее и как можно более простым, если не сказать примитивным и немедленно доступным им способом.

Таковы основные, доминантные черты американского характера.

На коммуникативное поведение американцев непосредственно или опосредованно влияют, как представляется, следующие черты американского характера из перечисленных выше:

- независимость
- уважение независимости других
- самостоятельность суждений и поведения
- предпримчивость, деловитость
- приоритет деловых отношений перед личными
- практичность, прагматичность
- национальный эгоцентризм
- спокойное отношение к неудачам
- отсутствие робости перед авторитетами
- азартность
- пунктуальность, обязательность
- законопослушность
- правдивость
- доверчивость
- уважение и терпимость к другим народам
- чувство превосходства над другими нациями
- самокритичность
- чувство соседства
- нетерпеливость

Аналогично тому, как были описаны доминантные черты американского характера, могут быть описаны доминантные черты американского коммуникативного поведения, то есть такие, которые проявляются во всех или в большинстве коммуникативных ситуаций.

2. Доминантные черты американского коммуникативного поведения

Общительность

Американцы общительны, достаточно легко вступают в контакт. Едва познакомившись с человеком, они общаются с ним исключительно доброжелательно, приветливо, как со старым знакомым, приветливо здороваются при новой встрече.

Однако общительность американцев носит формальный характер – они общительны со всеми в равной степени. Общительность - не свидетельство личного расположения к собеседнику, и отвернувшись от вас, американец тут же о вас забывает.

Открытость

Открытость американцев непривычна для многих иностранцев.

А. Лейниер (Lanier, с.16-17) отмечает, что гостиные, столовые, кухни в Америке или не имеют стен вообще, или имеют только до половины или стеклянные; двери тоже часто отсутствуют. Если вы приехали из страны, где люди живут более закрыто, вас может поразить поведение сослуживцев, входящих в ваш офис без стука, или выходящих из него, даже не удосужившись закрыть дверь.

Исключением могут служить только обсуждение деловых вопросов или важные переговоры. В этом случае американцы настаивают на уединении.

Из-за кампании по борьбе с сексуальными домогательствами в настоящее время принято, чтобы шеф не закрывал дверь своего кабинета, когда беседует с приглашенным сотрудником или сотрудницей.

Демократизм, неформальность в общении

Американцы общаются запросто, без церемоний. Все, даже малознакомые, стараются обращаться друг к другу по имени.

Демократизм наблюдается не только при горизонтальном, но и во многом при вертикальном общении. Американский ребенок может спокойно сказать незнакомому взрослому: “Мистер, посторонитесь, вы мешаете мне любоваться пейзажем!” Шефа часто можно называть по прозвищу (Е. Гонтмахер. Поиск, 1991, №17)

Д. Стивенсон (Stevenson, с.109) объясняет, что неформальность общения - следствие исторического развития США как страны без официальных классовых различий. Чувство равенства, развитое в американской культуре, является причиной того, что американцы не любят, когда кто-либо открыто выражает почтение в их адрес. Кроме этого, равенство привело к формированию неформального стиля общения и открытого выражения дружелюбия (например, “Hi!” может быть адресовано кому угодно) (Althen, с. 9-10).

Американцы демонстрируют значительную неформальность и в деловом общении. Во многих культурах человек, который ведет себя неформально, особенно в деловых отношениях, считается непрофессионалом и несерьезным. Многие же американцы ведут себя в официальных ситуациях неформально, чтобы показать, что они доверяют собеседнику и расположены к нему. Поскольку доверие очень важно в деловых отношениях, и в отношениях

учителя с учениками, американцы используют простой язык и одеваются неофициально, чтобы каждый почувствовал себя комфортно (Levin et al, с.205).

Иностранные обычно критикуют американцев за то, что они слишком неформальны. Демократизм и неформальность американского общения для европейцев и азиатов выглядят как бесцеремонность. На фоне других народов американцы кажутся развязными. А. Лейниер подтверждает, что бесцеремонность американцев, особенно в сфере бизнеса, расценивается нередко иностранцами как отсутствие уважения (Lanier, с. 5-6).

Использование американцами почти сразу же после делового знакомства только первых имен может шокировать того, что привык к другому обращению и считает использование первого имени признаком определенной интимности. Однако в американском общении это не совсем так: использование только имени в общении американцев одного возраста и социального статуса не является показателем той степени неформальности общения, которую предполагает местоимение “ты” в русском языке.

Американцы могут не пожать вашей руки даже в неформальной обстановке. Вместо этого они могут просто кивнуть или улыбнуться вам. Неформальные “здравствуй”, “привет” или “как поживаешь?” часто используются вместо формального пожатия руки, но означают то же самое. Навряд ли вы встретите среди американцев человека, который персонально бы прощался с каждым своим сослуживцем или участником какой-нибудь вечеринки. Вместо этого вы услышите дружеское “до свидания” или что-нибудь еще более неформальное, обращенное ко всей группе, например, “до завтра” или “до скорого”. Потом они просто уходят, причем без всяких рукопожатий.

Вы также можете увидеть высокопоставленных чиновников на своих рабочих местах в рубашках с короткими рукавами или иногда даже без галстуков. Они могут даже позволить себе откинуться в кресле или положить ноги на стол во время телефонного разговора. Это, отнюдь, не является признаком невоспитанности. Высокий темп американской жизни, напряженность работы, поглощенность работой и конкуренция требуют иногда определенной расслабленности, неформальности в общении, называемой точным словечком “откинуться”. Этим же вызывается достаточно высокая частотность бранных слов в американском общении.

А. Лейниер отмечает также, что иногда американцы отбрасывают некоторые правила этикета просто потому, что не знают, что сказать. Их излишняя простота в выражениях в этих случаях может быть объяснена замешательством или смущением. Они могут быть достаточно неуклюжи в ответ на вашу благодарность или комплимент и ограничиться только фразами типа: “не за что”, “не стоит”, “я не заслуживаю этого” и т.п. Они вовсе не хотят быть грубыми, и им может быть приятна ваша вежливость, но они чувствуют себя неловко, если их хвалят (Lanier, с. 15).

Для американцев неформальность гораздо более ценна, чем формальные выражения при приветствии или прощании, основанные на признании определенного социального статуса говорящих.

Прямота в общении

Практически во всех ситуациях американцы склонны к прямому, открытому обсуждению любых проблем, которые возникают между ними и собеседником, причем налицо тенденция называть вещи своими именами, избегая недосказанностей..

Это связано со стремлением американцев как можно быстрее уладить все проблемы, особенно связанные с бизнесом. Обнаруживающаяся в этих ситуациях прямота американцев иногда трактуется иностранцами как резкость или даже грубость.

Для американцев совершенно естественно переходить сразу же к сути дела и говорить именно то, что они думают, зачастую не подбирая с осторожностью слова, чтобы пощадить самолюбие собеседника. Такая прямота часто приводит к противостоянию и спорам. Американцы предпочтут открыто и с готовностью выразить свое мнение, причем при этом они всегда готовы к тому, что у кого-нибудь может быть свой, отличный от их, взгляд на проблему. Вы можете стать свидетелями горячих дискуссий и споров на вечеринках и стадионах, в метро и автобусе, в учебной аудитории и офисе, короче, повсюду.

Представителям других наций больше свойственна уклончивость и желание избежать противостояния. Они будут обсуждать проблему, избегая категорических утверждений или отрицаний, могут уединиться с кем-либо из собеседников и даже изменить свое мнение в угоду противоположной стороны, демонстрируя тем самым уважение к собеседнику.

Так, американец может сказать: “Эта партия товаров должна быть отправлена завтра”. Если ему ответят: “Это невозможно, потому что...”, то может возникнуть противостояние, где каждая из сторон излагает свои доводы за и против, пытаясь одержать в споре верх. Среди тех, кто избегает подобных противостояний, разговор может выглядеть следующим образом: “Я уверен, что товары должны быть отправлены не позднее завтрашнего дня”. – “Боюсь, что у нас могут возникнуть некоторые проблемы, но мы сделаем все, что в наших силах”. Оба понимают, что отправка товаров вряд ли произойдет завтра, однако, об этом не говорят открыто. Никто не хочет поставить себя или собеседника в неловкое положение и старается сгладить острые углы. Оба пытаются урегулировать спор в рамках приличий, и, несомненно, понимают друг друга.

Такие люди могут расценить излишнюю прямоту американцев как неприемлемую для себя. Однако со временем приходит понимание того, что за американской прямотой не стоит ничего личностного, а соблюдение традиционных норм этикета зачастую ведет к замедлению и задержке в бизнесе. Американцы являются сторонниками быстроты в решении таких вопросов и ясности во мнениях. В этом их отличие от представителей других национальностей. (Lanier, с.49-50).

В повседневной жизни, в повседневной коммуникации американцы также стараются выражаться достаточно определенно и решительно, без недомолвок, стараются четко формулировать и отстаивать свое мнение.

Д. Левин указывает, что американцы часто побуждают детей выражать и отстаивать свое мнение, принимать участие в решении семейных вопросов (Levin et al. c.208)

Эмоциональность

По сравнению с представителями других культур, например, азиатской, многие люди в США мало заботятся о том, чтобы скрыть свои эмоции. Американцы очень непосредственны в выражении своих эмоций. Эмоции скрывать не принято, положительные эмоции могут быть публично выражены крайне эмоциональными междометиями, визгом, криком. Радость или возбуждение демонстрируются американцами с готовностью, с точки зрения европейцев –даже экзальтированной. Пассажиры аэробуса могут все вместе просто хором завизжать от восторга при объявлении по радио: «Бесплатное шампанское всем пассажирам от авиакомпании». Примеривая одежду, можно услышать визг соседки по примерочной: «Oh, I like it!».

Негативные эмоции тоже выражаются достаточно открыто – грубыми выражениями, ругательствами.

Сами американцы объясняют свою эмоциональность в общении тем, что большинство людей, особенно в крупных городах, живут в состоянии постоянного стресса как дома, так и на работе. Стress надо снимать. Учитывая это, американцы не обижаются и не принимают близко к сердцу, если кто-то позволил своим чувствам выплыснуться наружу. «Джо несколько прямолинеен сегодня» или «Встреча сегодня не удалась», такова будет обычная реакция на то, что было сказано кем-то в минуту раздражения. Человек, выплыснувший раздражение на собеседника, может сам сказать в завершение: «Это был выплеск эмоций, простите».

В целом, большинство американцев нельзя назвать сдержанными, замкнутыми и дисциплинированными людьми. Они – шумные, энергичные, эмоциональные и легко возбудимые (Lanier, 48-49).

Выраженная доброжелательность

Из-за небольшой плотности населения в Америке все стремились оказывать помощь друг другу – эта историческая черта сохранилась и по сей день.

Для американского коммуникативного поведения характерна выраженная, подчеркнутая, если не сказать демонстративная доброжелательность. Американец всегда готов прийти на помощь другому.

Обязательна доброжелательность к клиентам, повсеместно спрашивают «Чем я могу вам помочь?», долго и подробно объясняют, когда все уже и так ясно. Иностранные нередко говорят, что американцы столь дружелюбны, обходительны и участливы, что порой даже надоедливы со своим вопросом “Can I help you?”

Быть дружелюбным – положительная черта, высоко ценимая американцами.

Коммуникативный оптимизм

В общении с любым собеседником, на любую тему принято демонстрировать жизнерадостность и излучать оптимизм. Американец должен быть всегда в отличном настроении и всегда должен это всем показывать.. Знакомых принято приветствовать с энтузиазмом.

На вопрос “Как жизнь?” принято отвечать “ It’s OK”, всем своим видом показывая, что все в порядке. У американцев не принято ходить с унылым видом, не принято жаловаться, хныкать, выглядеть удрученным. Быть угрюмым на работе - это все равно, что быть грязно одетым.

Американцы всегда улыбаются, демонстрируя вежливость, оптимизм и отличное самочувствие.

Шумность

Американцы по сравнению с европейцами и азиатами говорят громко. При этом они могут очень громко разговаривать в общественных местах, в транспорте, совершенно не стесняясь окружающих и не думая о том, что это может кому-то мешать. Дж. Герхард отмечает, что американцы шумно ведут себя на улице и в транспорте, поскольку не считают неприличным привлекать к себе внимание.

Вл. Дорошевич в 1907 г. писал:

“ У янки два постоянных занятия. Он делает деньги и делает шум. Без того и без другого он не может жить. Янки напоминает человека, только что вышедшего из кузницы, привыкшего там все делать с шумом, с гамом, с треском... Янки ничего не может делать без шума. Он спорит во все горло, садится так, что стул трещит. Кладет на стол свою табакерку так, что дамы испуганно вздрагивают”.

Американцы шумно ведут себя на природе, на отдыхе, вообще любят отдохнуть шумно, группами. Шумом американцы сами себе создают хорошее настроение (ср. изобретенные ими группы поддержки в спорте во время соревнований, которые заводят публику)

На съездах, конгрессах, проводимых у себя в стране, американцами всегда устраивается большой шум, с эмоциональными криками и размахиванием флагами.

Нелюбовь к молчанию

Большинство американцев не выносит тишину и считает молчание неудобным, стараясь заполнить каждую паузу в разговоре. Поэтому “непринужденная болтовня” - неотъемлемая часть большинства разговоров. Темами таких разговоров могут быть погода, кинофильмы, книги, семейные или общественные события. После традиционного приветствия может последовать фраза типа “Прекрасная погода, не правда ли?”. Затем беседа продолжится на любую из вышеупомянутых тем. Такие разговоры можно услышать повсюду: на вечеринке, в автобусе или метро, в супермаркете и на спортивных соревнованиях.

Для американцев характерна любовь к звуковому сопровождению деятельности. Очень часто студенты и школьники занимаются под аккомпанемент плеера, а домохозяйки используют в качестве компаньона

телевизор, чтобы заполнить “звуковую паузу”. Отправляясь на работу на автомобиле, почти все американцы включают радио.

Для иностранцев, приехавших в Штаты и придерживающихся принципа “молчание – золото”, подобное положение вещей может вызывать определенный дискомфорт (Lanier, с.15-16.)

Агрессивная самопрезентация

Американец не страдает избытком скромности, он постоянно хочет показать себя, выделиться из окружающих, заявить о себе, обратить на себя внимание.

Американцам свойственна манера представлять себя собеседнику или работодателю в превосходных тонах. Они могут говорить о себе в выражениях типа «Я прекрасный специалист», «Я великолепно разбираюсь в...» и под., не принятых в европейском общении, не говоря уже об азиатском.

А. Лейниер отмечает, что одно из противоречий американского общества заключается в излишней сдержанности в ряде ситуаций, например, принятии благодарности, и кажущаяся нескромность в отношении оценки собственных достоинств, например, при устройстве на работу (Lanier, с. 15).

Деловитость общения

Американцы постоянно делают вид занятых, деловых людей. В.Песков и В.Стрельников писали, что деловитость у американцев подавляет все остальные человеческие качества. Деловые вопросы обсуждаются быстро, договоренности достигаются (или не достигаются) тоже быстро.

Очень большую роль играет телефонное общение, связь при помощи электронных средств. Масса деловых вопросов решается по телефону, электронной почте, факсу. Общение при помощи современных средств связи экономит время: *time is money*.

Американцы обычно не тратят время на этикетные формулы, косвенное общение. Если американец что-либо предлагает вам, то можно этим воспользоваться - не надо полагать, что это эмоциональная импровизация или политес: если вам в ресторане, куда вас пригласили, говорят, что вы можете выбрать любую еду или дома говорят, что вы можете брать из холодильника хозяев все, что вы захотите, то воспользуйтесь этой возможностью, американец продумал все и решил, что он может это позволить.

Не надо считать американцев грубыми, если они отвечают вам однозначно, например, “хорошо”, “конечно”, “нет” или просто говорят вам “привет” при встрече. Их краткость вовсе не оскорблению тех, кто привык к более формальным фразам, это деловитость и экономия времени (А.Лейниер).

От людей, впервые приехавшие в США, американский деловой этикет не требует обязательного делового звонка или церемонии представления коллективу, которые, возможно, являются традиционными правилами поведения в их странах. Также можно опустить неторопливые беседы в непринужденной обстановке за чашкой кофе или игрой в гольф, так как деловые качества партнера интересуют американцев гораздо больше, чем

личные. Американцы предпочитают говорить о делах быстро и по существу. (Lanier, с.46)

Правдивость в общении

Американцы обычно в общении говорят правду и ждут того же от собеседника.

Доверчивость

Американцы доверчивы и не предполагают, что собеседник будет их обманывать.

Стремление к компромиссу в общении

У американцев нет агрессивности в поведении, они говорят *простите*, тому, кто их толкнул.

Они всегда стараются найти компромисс, у них нет понятия “враг” - они говорят “человек, который меня не любит” и под.

Они могут открыто обсуждать разногласия, проблемы, но не будут демонстрировать при этом конфронтации, а будут стараться найти общее, удовлетворяющее всех решение.

Еще в начале 1960-х годов исследователи Альберт (Albert) и Вильямс (Williams) выделяли как яркую характеристику американцев их толерантность, стремление к достижению компромисса, терпимость к разнообразию (Making America, с.23).

Стремление «не быть личным»

Американцы стараются строить общение так, чтобы не затрагивать личные темы, не нарушать «прайвейсы» собеседника. Считается, что каждый человек имеет право на неприкосновенность его личной жизни, и нельзя затрагивать вопросы, которые могут его этой неприкосновенности лишить.

Г. Альтен отмечает, что, несмотря на общую открытость общения, в некоторых ситуациях американцы ведут себя сдержанно:

если обсуждаемая тема, по их мнению, слишком личная (запах изо рта, сексуальные проблемы, личные недостатки);

если они не хотят отвечать согласием на какую-либо просьбу, но в то же время не хотят обидеть собеседника; особенно это проявляется в общении с иностранцами;

если они недостаточно хорошо знакомы с собеседником, чтобы обсуждать личные проблемы;

если в разговоре с очень близким человеком не хотят каким-либо образом задеть его чувства, вызвать у собеседника неприятные ощущения при обсуждении деликатной проблемы (Althen, с.19).

Нелюбознательность, малолюбопытство в общении

Американцы малолюбопытны, почти не интересуются зарубежной жизнью, их интересы - в своем регионе, в своей стране.

В.Песков и В. Стрельников писали: “Поразительна нелюбознательность массы американцев, во всех беседах спрашивали мы. Такую же возможность имел любой из наших собеседников. Но движение было, как правило, односторонним”.

Университетский преподаватель английского языка из России, будучи на конференции в штате Нью-Йорк, в течение четырех часов после конференции ехала в автомобиле с тремя коллегами – американскими преподавателями английского языка как иностранного. За это время она расспросила американок, которые оказались учителями школ, обо всех особенностях преподавания английского как иностранного в школах штата, о возможностях повышения квалификации учителей, и не получила ни одного аналогичного вопроса в ответ.

Американцы обсуждают в основном своих местных кумиров - великих баскетболистов, футболистов, актеров, журналистов, авторов знаменитых книг, кинозвезд и комиков. Приоритет всегда отдается местным новостям.

Тематическая ограниченность общения, малоинформированность

Американцы хорошо знают лишь свою узкую область, они могут углубленно общаться только в сфере своих профессиональных или сугубо личных интересов.

Американцы мало знают о других странах. Американская студентка спросила русскую: “У вас там берлинская стена упала?”

М. Жванецкий писал в своем очерке “Я играю Америку”: “Читать некогда, узнавать некогда”. “Я книг не читаю, я читаю газеты”. “Я в театр не хожу”. Об этом говорят с гордостью. “Вон там сидит человек, он читает книги, вы все у него узнаете”. “Вон сидит математик, он знает”. ... Эти читают книги, эти делают деньги, эти выдумывают самолет, эти знают только, куда нажимать, где выключать. Никто не знает, как устроено. Знают несколько мальчиков в Хьюстоне, у них и спросите”.

Американцы без всякого стеснения или угрызений совести легко отвечают “Не знаю” на любые вопросы собеседника.

Ситуативность эмоционального поведения

Эмоциональное общение американца с собеседником редко бывает длительным. Эмоциональные отношения часто сугубо ситуативны, отвечают принятым этикетным нормам.

Американцы очень дружелюбны внешне, но, отвернувшись, о вас тут же забывают.

“Улыбаются все, как будто включены в сеть. Если на вопрос “Вам нравится Америка?” вы потратили больше секунды - выключился штепсель, улыбки нет, спрашивающего нет. Есть унылая оболочка. Никто не знает, когда у них выключается лицо. Оно выключается внезапно и на самом интересном месте” (М. Жванецкий. Я играю Америку)

Иностранцев, привыкших к более искренним эмоциональным отношениям в общении, очень удивляет, когда после дружеской вечеринки американцы на следующий день встречаются с новым знакомым или с хозяевами вечеринки

без всяких эмоций, фактически как с незнакомыми - у американцев не предполагается, что вчерашние эмоции могут быть продлены на следующий день.

Доверие к устному слову

Американцы любят различные устные обсуждения, дискуссии, различные ток-шоу.

Важной чертой американского делового общения является то, что американцы доверяют устным договоренностям. Для выполнения соглашения совсем не обязательно сразу фиксировать его на бумаге с официальными подписями и печатями. Устное деловое общение у американцев даже имеет некоторый приоритет перед письменным. Они стараются как можно больше вопросов обсуждать устно – это экономит время и рассматривается поэтому как более эффективная форма коммуникации.

Американцы доверяют непосредственно сказанному в их присутствии устному слову и в силу этого хорошо поддаются устной аргументации.

Толерантность

Американцы в общении демонстрируют высокую толерантность. Как бы ни различались точки зрения собеседников или выступающего и аудитории, все ведут себя достаточно мирно, выслушивая все точки зрения. Публичные выступления и политические митинги проходят в большинстве случаев организованно и мирно, за некоторым исключением, как, например, на съезде Демократической партии в 1968 г.

Американские спортивные болельщики известны своей сдержанностью, что отличает их от болельщиков других стран. В большинстве случаев американская аудитория вежлива по отношению к выступающим (Making America, с. 150).

Американцы стараются дать своему собеседнику сохранить лицо в споре. Они терпеливы в общении с национальными меньшинствами, психическими больными, инвалидами.

Толерантность проявляют американцы и к нарушению языковых норм – они склонны прощать собеседнику нарушения языковых норм, отдельные неудачные или даже грубые выражения, плохое знание языка. Они не делают культа из правильного словоупотребления.

Когда первую леди Лору Буш спросили, не раздражают ли ее грамматические ошибки ее мужа президента Буша, она ответила: «He doesn't make that many» (Newsweek, April 2001, p.13).

Любовь к саморекламе, демонстрации успехов

С точки зрения многих иностранцев американцы любят хвастаться своими личными успехами (русские, например, более склонны хвалиться не своими успехами, а успехами своих детей).

Американцы любят хвастаться домом, машиной, новой покупкой, повышением в должности, своим городком, штатом и в целом - Америкой (В.Песков, В.Стрельников)

Высокая доля юмора в общении

Юмор, смех составляют существенную часть американского общения на любом уровне.

Шутки являются способом социальной проверки собеседника, способом передачи информации, поддержания коммуникативного контакта. Понимание американского юмора в каждой конкретной ситуации - это специальный навык. В общем, американцы любят притворяться, что они хуже, чем есть на самом деле, стараются как бы в шутку маскировать свои умения и достижения или шутить над собой и смотреть на реакцию окружающих.

В американской семье, в любой американской компании, в любом коллективе в общении постоянно подшучивают друг над другом, и такая обстановка считается нормальной. Отсутствие подшучивания (kidding) рассматривается как сигнал внутреннего неблагополучия в группе.

Юмор - важная положительная черта политического деятеля, учителя, вузовского преподавателя. В американском публичном выступлении обязательно должен быть юмор, причем можно и начать выступление с шутки.

Американские шутки просты и незатейливы, они в основном "практические", часто сопровождаются жестами, какими-либо действиями. Американцы очень, по-детски, смешливы, они до сих пор очень веселятся, когда торт летит в лицо кому-нибудь.

Таковы основные доминантные особенности американского коммуникативного поведения. Естественно, отдельные носители американской коммуникативной культуры могут не демонстрировать в каких-либо обстоятельствах тех или иных названных выше черт коммуникативных черт, но в большинстве коммуникативных ситуаций, как показывает практика, большинство из этих черт в тех или иных сочетаниях проявляются в американском общении.

3. Стереотип типичного американца в русском сознании

Исследование национальных стереотипов представляет большой интерес. Оно позволяет представить в первом приближении основные составляющие менталитета, национального характера, коммуникативного поведения другого народа с точки зрения гетерокультурной среды, а это дает возможность выявить те признаки, которые необходимо исследовать более тщательно и найти им объяснение.

Наиболее надежным и легко верифицируемым приемом определения содержания национального стереотипа является анкетирование по специально подготовленным опросникам, позволяющее дифференцированно выявить и описать представления гетерокультурных информантов о той или нации.

По данной методике были опрошены студенты воронежских вузов, которым было предложено ответить на 15 вопросов анкеты "Типичный американец в представлении русских".

Студенты изложили свое представление о внешнем виде типичного американца, его характере, манерах, поведении, отношении с членами семьи, родственниками, друзьями, коллегами, об уровне его образованности и общей культуры, умственных способностях, деловых качествах, материальных, духовных и нравственных ценностях, о его отношении к своей стране, к тому, что происходит за пределами США. Были предложены также вопросы о целесообразности сотрудничества с американцами, а также об источниках формирования суждений респондентов.

Пилотажный эксперимент с 45 респондентами (А.В. Правшин) показал, разработанные анкеты дают возможность получить необходимые исследователям результаты, а также, что большинство студентов имеют относительно верное представление об американцах. Только 7 респондентов выразили отрицательное отношение к американцам, 15 относятся к американцам положительно, остальные – нейтрально, "как ко всем".

Многие респонденты отметили, что американцы - очень меркантильная нация: 30 человек указали на преобладание материальных ценностей в сознании американского народа и только 13 – назвали нравственные ценности.

Патриотизм американцев отметили все студенты, но назвали его показным и нездоровым.

В ответах на вопрос об общей культуре американца мнения разделились – около 50% считают, что у американцев низкий уровень культуры, остальные указывают, напротив, на высокую интеллигентность и эрудицию американцев.

Что касается внешнего вида, то студенты преимущественно представляют себе американцев как белых (40 респондентов), 3 – как черных; джинсы упоминают 26 человек, светлые волосы – 10, темные – 6.

В оценке черт характера американцев в пилотажном эксперименте преобладала фраза "без комплексов".

Студенты в основном считают, что американцы очень семейные люди и любят дружить.

По результатам анкетирования 123 студентов-экономистов (М.А. Стрельникова) на вопрос "Как русские относятся к американцам" ответы (в %) разделились следующим образом:

положительно – 31%,

негативно - 42%,

как к обычным людям - 10%,

по-разному - 11% ,

безразлично - 6% .

Примеры некоторых ответов:

"Их можно уважать за их любовь к своей стране, но отрицательно относиться к тому, то они все делают по расчету".

"Смотря кто относится: экономисты и политики считают их образцом для подражания, а простые люди, думаю, их не очень уважают".

"Хотелось бы иметь друга - типичного американца".

"Богатые - как к равным себе, а бедные - с завистью".

"К американцам русские относятся странно: сначала смеются над ними, потом восхищаются, или наоборот".

"Порой с недоверием, порой с удивлением. Все зависит от личных особенностей русского человека. У каждого своя точка зрения".

"Отношение русских рабочих, мелких служащих и т.д. - негативное, у разбирающихся и образованных россиян - позитивное(!!!), хотя какой аспект рассматривать".

"В области бизнеса у них есть чему поучиться".

На вопрос "Можно ли доверять миролюбию американцев, сотрудничать с ними?" процент положительных ответов выше, чем отрицательных:

можно доверять 33%, можно сотрудничать 6%, доверяй, но проверяй 10%, можно доверять и сотрудничать, но с условием 17%, нельзя сотрудничать 13%.

Примеры ответов:

"Если посмотреть на прошлое - мне кажется, не очень".

"Можно показать свое доверие, но доверять до конца нельзя".

"Можно вполне. Они теперь весьма миролюбивы, когда СССР развалился, и мы провели в своей стране программу разоружения".

"Миролюбию среднего американца доверять можно, но не миролюбию военных структур (отношения с Ираком)".

"Да, но всегда надо быть внимательным, и не пускать дела на самотек. Держать все под совместным контролем".

"Сотрудничать было бы полезно и интересно, есть чему поучиться друг у друга".

При ответе на вопрос "Что американцы знают о России, как относятся к русским?" 25% всех опрошенных предполагают, что американцы очень мало знают о России, имеют о ней весьма поверхностное представление: Москва-столица, красивый город, Кремль, Красная площадь, СССР распался, русский Вася в шапке-ушанке, холодная зима, снегу по пояс, водка, матрешки, балалайка, сибирские леса, плохие дороги, медведи, гуляющие по улицам.

Примеры ответов:

"Приехав в Россию, ничего о ней не знают. Мне несколько раз задавали вопрос (разочарованным голосом): "А где же медведи? Почему их не видно на улицах?".

"Американцы знают о России меньше, чем россияне об Америке".

Некоторые анкетируемые предполагают, что американцы следят за ходом реформ в России, осведомлены о политических течениях, немного знают русскую литературу, музыку, театр (в основном, классику).

На вопрос "Как американцы относятся к русским?" 60% ответивших уверены, что американцы относятся к русским дружелюбно, с уважением, снисходительно, доброжелательно, 30% считают, что американцы относятся к

русским с пренебрежением, недоверчиво, считают Россию неразвитой, нецивилизованной страной.

Примеры ответов:

"К русским отношение почти как к инопланетянам - загадочные, непонятные возможно даже, что они нас до сих пор просто боятся".

"О России, я думаю, они знают только некоторые факты (о войне 1941-1945гг., о революции, о переворотах) а вот о нашей культуре, наших традициях знают очень мало, даже, может быть ничего не знают".

На вопрос об источниках сведений об американцах студенты-экономисты в подавляющем большинстве назвали фильмы (80%).

Примеры ответов:

"Я американцев не знаю, а по фильмам они разные".

"Люблю смотреть американские фильмы, читать о них".

"На мое мнение об американцах повлияли телепередачи "У всех на устах", "Америка с Таратутой", постоянные телесериалы по ТВ, американские фильмы, а также сами американцы, которые приезжали в наш город"

"Главное - фильмы, частично - общение".

"В видеофильмах показывают красивых американцев, свободных, довольных, живущих в красивых районах, в богатых домах. На самом деле - это стереотип. Красивые американцы - это в фильмах, богатые в красивых кварталах, но о жизни простых, заурядных американцев нам почти ничего неизвестно".

Массовый опрос студентов разных факультетов (400 анкет, Т.Н. Степкина) дал следующие результаты.

Типичный американец

Внешне-какой? Как одет?

Возраст: 30-40 лет (3%), выглядит моложе своих лет .

Рост: высокий (9%), не очень высокий (3%) .

Телосложение: полный (12%), спортивного телосложения (10%), в меру упитанный (7%), либо худой, либо толстый (2%), стройный (2%), коренастый, худощавый, рыхлый.

Цвет кожи: белокожий (20%), темнокожий (2%), темнокожий или белый (2%).

Цвет волос: светлый (9%), брюнет (4%), либо блондин, либо шатен, блондинка крашеная.

Глаза; взгляд: голубые (20%), карие, взгляд прямой, уверенный, строгий, с открытым лицом.

Предметы туалета (в основном речь шла о мужчинах): джинсы (18%), футболка (10%), рубаха свободная, часто на два размера больше, навыпуск (8%), кроссовки (8%), бейсболка (6%), шорты, шорты объемные, деловой костюм (черный). Нечастотные ответы включали такие аксессуары и артефакты, как дипломат (кейс), папка, плейер, рюкзак, очки темные, очки в

золотой оправе, жилет, галстук, добротная, хорошо начищенная обувь, кожаные ботинки (темно-коричневые).

Стиль одежды: комфортный, удобный, свободный (17%), одет утилитарно (а не гонится за внешним шиком), деловой стиль (8%), спортивный стиль (8%), одет со вкусом (3%), на работе одет строго (3%) просто, скромно (3%), ярко одет (3%), небрежно одет (3%), аккуратно (4%) не придерживается моде, оригинально, разнообразно, “многослойный” стиль одежды, ткани мягкие, не мнущиеся, неяркие, женщины одеты по моде, не красятся, без косметики, не шикарно одет, проще, чем русский, одет с учетом обстоятельств.

Общий имидж: со жвачкой во рту (10%), всегда улыбается (7%), аккуратен (2%), подтянутый, спортивный и деловой одновременно, приятный во всех отношениях, симпатичный, хорошие внешние данные, интеллигентный, респектабельный, нельзя сказать, что красив, непривлекательный, немного нагловат, как герой боевика, обычные люди, мало отличается от типичного русского.

Таким образом, студенты выделили множество характеристик внешнего вида американцев. Нередко противоположные характеристики встречались в одинаковом количестве ответов (одет небрежно/аккуратно, симпатичный/непривлекательный, толстый/худощавый). Лишь незначительная часть личностных представлений анкетируемых совпадает. Многие из общего списка характеристик прозвучали в ответах всего лишь 1-2 раза.

По характеру - какой? Как себя ведет?

При описании американцев по данному параметру студентами было выделено около 300 характеристик, указывающих на черты характера, образ мышления, поведение, манеры, ценности, стиль жизни, отношение к другим людям и окружающей действительности. Причем, во многих ответах четко прослеживался оценочный момент, когда анкетируемые высказывали свое отношение к американцам, положительное или отрицательное.

Наиболее часто упоминались следующие характеристики: без комплексов, раскованный, непринужденный (48%); общительный (20%), жизнерадостный, веселый (16%), независимый (8%), эгоист (8%), прагматик (6%), оптимист, уверенный в будущем (6%), уверенный в себе (3%), улыбчивый (2%).

Положительные характеристики включали: безупречный, порядочный, прямолинейный, добрый, открытый, незлобный, совершеннейшие очарование и непосредственность, дипломатичен, приятен во всех отношениях, хорошие манеры, добродушный, обходительный, спокойный, энергичный, целеустремленный, с ним интересно, может рассказать что-то интересное, американцы - добрые люди и ведут себя как дети, занимается благотворительностью, не лезет в чужую жизнь, не судит кого-то, терпимость, требовательный ко всему.

Среди *отрицательных характеристик* были названы следующие: наглый, немного нагловат, в поведении исключается скромность, вызывающий, грубый, тщеславный, высокомерный, завышена самооценка, самолюбивый, самодовольный, декларация собственного превосходства, скрытный,

заносчивый, невоспитан, обидчив, часто жестокий, иногда немного агрессивен, с окружающими пренебрежителен и агрессивен, привык брать, а не давать, во всем ищет интерес, выгоду, дух наживы, ленив; всегда улыбается, но себе на уме; живет по принципу "каждый за себя", видит только проблемы, типичный жлоб, может отколоть всякое.

Образ жизни – какой? Что делает?

Характеристики следующей группы связаны с представлениями студентов *об образе жизни американцев* и имеют *нейтральную эмоциональную окраску*: знает, чего хочет и этого настойчиво добивается, индивидуалист, живет для себя, практичный предпримчивый, самостоятельный, умеет жить, ведет здоровый образ жизни, умеет работать и веселиться, всегда спешит, любит скорость во всем, мобильный, всегда занят делом, стремится сделать карьеру, легко идет на риск, нерасточительный, экономен, ценит свою личную свободу, ценит свое время, много верующих, гордится своей страной, стремление к познанию наук, страсть к путешествиям и дорогим вещам, умеет хорошо преподнести себя, имеет несколько любовниц, может позволить себе то, что хочет, немного наивный, слегка сентиментальный.

Небольшая группа ответов отражала а) осознание студентами всей сложности и многогранности изучаемого объекта ("Сложная структура личности") или же б) упрощенный подход к анализу ("Такие люди, как и мы").

Как относится к членам семьи, родственникам, друзьям, коллегам, соседям?

Студенты выделили более 100 характеристик. 25% ответов содержат отрицательную оценку, 75% - положительную или нейтральную. Дадим подробное описание ответов. Как и выше, в скобках указан процент ответов.

Общее отношение к людям

Дружелюбное/дружеское (3%), хорошее (2%), теплое (2%), уважительное (1,5%), самолюбив/ egoистичен (1,5%), ровные, свободные, с определенной дистанцией, поверхностные чувства/не расположен к глубоким чувствам, отношение "никто никому ничего не обязан", "каждый сам за себя", нет доверительных отношений ни с кем, лицемерные, неискренние, холодные, меркантильные отношения "ты мне, я тебе", использует в своих целях, общается по телефону, примитивный язык общения, не лезет в душу, разные, как и все люди, любит свою семью, родственников, друзей, уважает коллег по работе.

Отношение к членам семьи, родственникам

Любит семью/хороший семьянин (3%), теплые (2%), дружеские, семью ценит очень высоко, членов семьи обожает, но редко видит, гордится семьей, детьми, всегда имеет с собой фото членов семьи, почитание старших

(родителей), любит тещу, детей, обожает мать, раз в неделю звонит маме узнать, как дела, детей приучает к самостоятельности и независимости с ранних лет, дети рано покидают родительский дом, часто не контактируют с родителями, детьми, в семье демократичные отношения, принцип "каждый член семьи имеет право на свое мнение; к родственникам - с любовью (2%), привязан, связи не поддерживает (1,5%), перезванивается, пишет письма, не любит родственников, холодное, но ответственное, связь с семьей поддерживается мало.

Отношения с друзьями

Доброжелательные (2%), друзей много, много времени проводят с друзьями, друзья значат больше, чем многие родственники, хорошие, раскованные, подчеркнуто вежливо, но не искренне, общается мало, дружба носит необязательный характер, формально хорошие отношения, в душе безразличные, не принято говорить о своих проблемах, друзей почти не бывает, поэтому это ценится.

Отношения с коллегами/составляющими

Деловые (2%), ладит с коллегами (1,5%), конкурентные (1,5%), равные партнеры, уважение к коллегам, равнодушные, прохладные, осторожные, в зависимости от занимаемой должности, деловые обеды, игра с боссом в гольф, считает, что коллеги недооценивают его; дружеские, но не особо доверительные, подчеркнуто вежливые, но не искренние, часто завидует, хотя это не заметно; внешне – на равных, субординация внутренняя; поддельно дружеские и любезные; исходя из полезности; часто натянутые, неискренние, стремится добиться положения; доброжелательно, с пониманием, но требовательно.

Отношения с соседями

Ладит с соседями (2%), не интересуется проблемами соседей, соседей может даже не знать в лицо (2%), с соседями только здоровается, не любит соседей, сторонится, не разговаривает, никаких отношений, на соседей ему наплевать, высокомерен, вряд ли знает, кто его соседи.

Как относится к своей работе/труду? Основные деловые качества

При ответе на данный вопрос студенты выделили около 100 характеристик. Анкетируемые дали высокую оценку деловым качествам американцев и их отношению к работе. Лишь 2% ответов содержат отрицательную оценку.

Отношение к работе

Серьезно (4%); работа - все/смысл жизни/почти самое главное в жизни/на первом месте (4%); труд – возможность заработать (2%); труд - возможность сделать карьеру/подняться по служебной лестнице (2%); любит работу; дорожит работой; работает с интересом; стремление достичь успеха; свой труд

ценит высоко; ценит время (время - деньги); бдит свои интересы; работа – источник дохода и общения; знает, что если много работать, то можно осуществить все свои желания; умному - зарплата; умение ориентироваться в различных ситуациях и использовать любую ситуацию в свою пользу; знает чего от него ждут; стремление достичь цели любым способом (даже неблаговидным); надо - значит надо; особого пристрастия к работе не испытывает, работает без особой любви; скорее по обязанности, необходимости; работает по мере надобности, ничего не делает бесплатно.

Деловые качества

Трудолюбие (4%), деловая хватка (3%), пунктуальность (3%), предприимчивость (2%), прагматичность (2%), профессионализм, добросовестный, упорство/настойчивость/усидчивость, жесткость/твердость, расчетливость, смекалка, организованность; ответственность, честность, самостоятельность, желание идти на риск, умение убеждать, дипломатичность, вежливость, аккуратность, не расточителен, исполнительность, хитрость, жадность.

На вопрос "Можно ли сотрудничать о американцами?" большинство анкетируемых ответили "Да" (90%). Вариантами положительных ответов являются следующие: да, даже очень; можно и нужно, можно, но не нужно; даже интересно, очень выгодно; американцы - сильная нация; они не дураки; вполне можно и нужно, но не давая им перехватывать инициативу; можно, но лишь на равных; только в деловой сфере, в сфере экономики, во всех, кроме культуры: у нас разные духовные ценности; в делах они на высоте; можно, но осторожно; но следует быть осмотрительным; можно с конкретными людьми; им можно верить; они держат свое слово и серьезно относятся к работе; да, конечно, мы можем почерпнуть у них много хорошего и они могут поучиться чему-нибудь у нас; очень прекрасно можно, но хуже будет американцам.

При выявлении источников формирования представлений студентов о типичном американце на первом месте оказались: фильмы (80%), пресса (48%), книги (40%), общение с жившими в США людьми (20%), непосредственное общение с американцами (20%), реклама, политические события.

Среди важных для анализа частных замечаний по данному вопросу можно назвать такие, как "По фильмам судить нельзя, редко показывают средних американцев", "а фильмы американские я не смотрю, т.к. они ужасные".

Обобщая результаты проведенного исследования, назовем наиболее яркие черты стереотипного представления русских об американцах.

Типичная внешность: высокий, 35-40 лет, полный, спортивного телосложения, белокожий, светловолосый, глаза голубые, комфортный, удобный, свободный стиль одежды – в джинсах, футболке или рубахе на два размера больше, в бейсболке и кроссовках.

Типичное поведение: жует жвачку, улыбается.

Типичный характер: без комплексов, жизнерадостный, веселый, независимый, эгоист, прагматик, оптимист, уверенный в будущем.

Типичное коммуникативное поведение: общительный, раскованный, непринужденный, улыбчивый.

Отметим также, что в основном ответы русских респондентов содержали положительные характеристики американцев и лишь крайне незначительный процент респондентов представляют американцев в неприглядном виде и высказывают нежелание сотрудничать с ними.

Глава Ш. Американское вербальное коммуникативное поведение

Коммуникативное поведение любого народа выступает в двух основных аспектах – вербальное и невербальное. В рамках ситуативной модели описания, принятой в данной работе, будут рассмотрены оба аспекта американского коммуникативного поведения. Описание вербального коммуникативного поведения осуществляется по следующей схеме:

- Общие особенности американского вербального коммуникативного поведения (такие особенности, которые характерны для вербального коммуникативного поведения народа в целом, а не для каких-то отдельных коммуникативных ситуаций);
- Коммуникативное поведение в стандартных коммуникативных ситуациях;
- Коммуникативное поведение в коммуникативных сферах.

1. Общие особенности американского вербального коммуникативного поведения

Ведение диалога

Американский диалог идет быстро, в нем мало развернутых фраз, реплики краткие, не принято долго говорить одному.

Г. Альтен (Althen) отмечает, что в обычной американской беседе происходит частая мена ролей (говорящий - слушающий), реплики состоят только из нескольких предложений.

Д. Левин (приводит свидетельство эфиопа, который работал в ресторане при отеле: «Когда собирается вместе обслуживающий персонал, я никогда не задаю вопросов и никогда ничего не говорю. Иногда я бы хотел что-то сказать,

но пока я обдумываю, как это сказать, оказывается слишком поздно, все уже обсуждают другой вопрос»" (Levin et al, с.95).

Ведение монолога

Монологи американцев обычно невелики по продолжительности (если это не заранее объявленная публичная речь).

В американской коммуникативной культуре ценятся краткие монологи, содержащие юмор и небольшое количество основных (важных) мыслей. Монолог, содержащий много важных мыслей, плохо воспринимается американцами.

Реакция на слова собеседника

Американцы реагируют на слова собеседника достаточно эмоционально. Радость или возбуждение демонстрируются с готовностью.

Если собеседник выплеснул на американца свои эмоции, то американец отнесется к этому чаще всего терпимо, с пониманием. Д. Левин указывает, что американцы часто спрашивают друг друга: "Что-нибудь не так?", когда видят по выражению лица, что собеседника что-то не устраивает. Многие люди полагают, что лучше сразу сказать, что конкретно, с их точки зрения, «не так», вместо того, чтобы про себя обижаться или гневаться. Если человек обиделся, но не объяснил почему, ничего не сказал, некоторые американцы посчитают это детским поведением (Levin et al, с.37).

Американцы предпочитают вербально реагировать на то, что они слышат. Культура США считается вербальной. Если американцы не получают вербальной реакции, они могут подумать, что их не слушают, собеседник скучает, раздражен или не согласен с ними. Когда американцы хотят добиться обратной связи, они обычно задают следующие вопросы: "Вы понимаете, что я имею в виду?"; "Я понятно говорю?"; "Вы знаете?"; "Есть ли какие-нибудь вопросы?" и т.п. (Levin et al, с.59).

Если американец никак не реагирует словами и не ясно, понятно ему или нет, его собеседник обычно чувствует себя очень некомфортно и начинает говорить быстрее, с меньшим количеством пауз, чтобы "заполнить тишину" словами, надеясь, что собеседник прервёт их репликой или задаст вопрос (Levin et al, с.61).

Многие американцы считают, что вербальное общение намного важнее невербального, особенно между руководителем и подчиненными, преподавателем и студентами. Лучше сказать все прямо, а не догадываться, о чем человек подумал, или что он чувствует (Levin et al, с.64).

Американцы не считают возможным перебивать говорящего собеседника. Слово "перебивать" в английском языке имеет негативное значение. Американцы обычно открыто демонстрируют свое нетерпение и раздражение теми, кто часто перебивает. В то же время большинство американцев будут ждать от собеседника вопроса, если он что-то не понял из их слов (Levin et al, с.61). Считается также нормальным прерывать говорящего, чтобы уверить его, что ты все понял (Levin et al, с.69).

Хотя американские родители не любят, когда их перебивают, они, как правило, побуждают своих детей задавать вопросы. В других культурах, наоборот, не принято, чтобы дети задавали вопросы. Одна испанка сказала, что она и её друзья чувствуют неловкость за своих детей, если они задают слишком много вопросов. Некоторые китайские родители извиняются за своих рожденных в Америке детей, если дети слишком много говорят и задают много вопросов (Levin et al, c.63).

Китайский студент, изучающий в США английский как второй язык, сказал следующее: «Мой учитель английского говорит, что я должен прерывать его и задавать вопросы, если мне что-то не понятно, но у нас считается очень грубым перебивать кого-то. Если я что-то не понял, то лучше спрошу об этом позже у друга» (Levin et al, c.64).

В Америке считается не считается невежливым задавать вопрос одним словом, например, "Что?" или "Кто?" (Levin et al, c.67).

В американской коммуникативной культуре принято вербально отвечать на вопрос. Если кто-то сразу не дает ответа, это значит, что он или она озадачены, рассержены или не знают, что ответить (Levin et al, c.82).

Тематика общения

В каждой культуре есть наиболее популярные темы разговора, которые избираются говорящими в тех или иных коммуникативных ситуациях.

Д. Левин называет такие традиционные темы американского разговора, общие для всех: работа, семья, планы на выходные, погода, спорт (Levin et al, c.139-145).

В последние десятилетия распространенными темами обсуждения в американском общении стали вопросы здоровья, особенно зубы, и калорийность пищи. Американцы доверяют в этом вопросе мнению врачей, что активно используется в рекламе.

Еще одна популярная тема общения американцев – деньги. Обсуждается подробно и детально, что сколько стоит, называются конкретные цифры и суммы

Показательны для национальной коммуникативной культуры темы разговоров, принятые в общении между малознакомыми людьми. Допустимыми в американском общении темами являются погода, окружающая обстановка, просмотренная телепередача, обсуждение мест, в которых бывали (города, страны, рестораны). Студенты часто обсуждают преподавателей, а также развлечения.

Наиболее часто эксплуатируемые темы в мужском общении: спорт, машины, в женском – дети, домашнее хозяйство, уход за собой (прически и др.).

Всегда имеет яркие национальные черты светское общение. Оно предполагает обмен ритуальными фразами, принятыми в данном обществе для тех или иных социальных ситуаций. Светское общение – это формальное общение малознакомых людей, либо общение людей, не желающих вступать друг с другом в данной ситуации в более тесное общение. Для американцев этот вид общения весьма характерен: Д. Альтен указывает, что американцы

предпочитают не иметь близких дружеских отношений с большим числом людей, поскольку такие отношения предполагают определенную зависимость. Значительную часть общения составляет общение в рамках социальных ролей, т.е. когда коммуниканты действуют в рамках определенной социальной роли, а не как личности, индивидуальности (Althen, с.24)

Общепринятыми ритуальными фразами являются фразы "How are you?", "I'm fine, thanks", "Nice to meet you", "Hope to see you again". Эти фразы употребляются вне зависимости от реального настроения и чувств участников общения (там же).

Канонический вопрос " Do you like America? " предполагает ответ " It's fine, great fine " и наличие энтузиазма. Какой-либо другой ответ расценивается как грубость.

Ср. наблюдение М. Жванецкого: «- Вам нравится Америка? - Там принято отвечать: -Да! Там принято отвечать: - Очень! Там не принято отвечать подробно» (М.Жванецкий. Я играю Америку).

Д. Левин пишет об одной американке, которая прожила во Франции около года. Несмотря на то, что она изучала французский язык в течение многих лет и могла хорошо говорить на нем, у неё была одна основная проблема. Она сказала, что иногда не знает, как отвечать на то, что говорят люди. Например, когда кто-то сообщает какую-нибудь хорошую новость, она всегда отвечает по-французски: "Это хорошо" и не знает, как ещё можно ответить. Когда люди сообщают о чем-то плохом, она всегда отвечает: "Это очень плохо". Она чувствует, что люди ждут от неё чего-то большего, чем просто "это хорошо" или "это плохо", и она сама хочет сказать больше, но не знает, как (Levin et al, с.133).

Это происходит потому, что у американцев принято отвечать короткими фразами, а у французов - более развернутыми.

Светское общение в американской коммуникативной культуре представляет собой преимущественно обмен краткими эмоциональными фразами, без развертывания или углубления мысли.

Коммуникативные табу

В американской культуре приветствуется бесконфликтное общение, в связи с чем табуируются темы, которые теоретически могут нарушить бесконфликтное течение коммуникации.

Важной чертой американского общения является фактическая табуированность обсуждения политических и религиозных проблем в личном общении (к примеру, на вечеринке, за столом и т. д.), поскольку это «противоречивые» темы, могущие привести к спору.

Не обсуждают за столом вопросы, связанные с деньгами и сексом (правда, последняя тема сейчас стала сравнительно менее табуированной, чем раньше). Нельзя говорить о своих сексуальных проблемах, упоминать сексуальные темы в присутствии детей. Закрытыми в межличностном общении являются темы психических заболеваний, гомосексуализма, лесбиянства.

К табу относятся темы запаха человека, сексуальная жизнь.

В “приличном обществе” табуирована критика профессиональных навыков конкурентов (зубной врач не может сказать пациенту, что предшествующий врач что-то сделал пациенту плохо или непрофессионально).

Табуирован вопрос о личном доходе, о размере заработной платы, о нынешнем финансовом состоянии человека - такие вопросы считаются крайне неприличными, бес tactными, вторгающимися в личную жизнь собеседника. Часто даже члены американской семьи не знают точно, кто сколько получает (например, жена знает, сколько получает муж, а его мать – нет). Не обсуждаются в американском общении доходы человека и конкретная стоимость совершенных им покупок. Считается неприличным обсуждать в разговоре доходы третьих лиц, хотя это табу в реальном общении американцев сплошь и рядом нарушается.

Аналогично табуирован вопрос о доходах фирмы, адресованный кому-либо из работников фирмы - такой вопрос имеет право задать только налоговый инспектор.

В общении с незнакомым или малознакомым собеседником не принято спрашивать о деталях личной жизни собеседника (о семейном положении, к примеру, размере семьи, количестве детей), о болезнях, которыми человек болел или болеет.

Нельзя делать замечания незнакомым людям, касающиеся их поведения. Не принято комментировать внешний вид друг друга, американцы не делают друг другу замечаний по этому поводу. Не принято говорить незнакомому человеку (особенно мужчине), что у него тот или иной непорядок в одежде.

Не принято возражать гостям, и тем более спорить с ними. Если возникает атмосфера несогласия, то обычно вежливо констатируется расхождение во взглядах и разговор переводится на другую тему.

Неприлично отказаться от еды в чьем-либо доме, необходимо хотя бы немного попробовать. Ссылка на проблемы желудка, соблюдение диеты и т.д. не считаются допустимыми в таких случаях. Табуировано обсуждение стоимости предложенной еды и стоимости принесенных подарков.

При разговоре с детьми не принято интересоваться их успеваемостью, вопрос об оценках вообще не принято обсуждать и тем более задавать вопросы об оценках. Не принято спрашивать, с какими оценками собеседник закончил школу или университет.

Коррекция поведения ребенка в общественных местах может осуществляться только родителями. Посторонние люди не делают замечаний, даже если поведение детей им сильно мешает.

Не существует особых тем, табуированных в общении с иностранцами (если они не табуированы внутри американского общества).

Женщины не могут ругаться в присутствии мужчин, хотя мужчинам это позволяет.

Если стоит очередь, нельзя без очереди обращаться за справкой или с вопросом к продавцу; не принято просить незнакомых помочь вам с тяжелым багажом.

Не принято просить о личном одолжении коллег, если они не ваши лучшие друзья, допустимо просить о профессиональной помощи - например,

прочитать и критически оценить вашу статью.

С попутчиками достаточно часто разговаривают, но нельзя просить их присмотреть за вашими вещами, принести кофе и т.д.

Нельзя перебивать разговаривающих людей вопросом, если вы никого из них не знаете. Не принято вообще прерывать вопросом или просьбой беседу людей.

Табуировано устное извещение о разводе или смерти, это принято делать письменно.

Большинство взрослых американцев не любят обсуждать свой возраст и вес.

Не принято отвечать подробно на вопросы.

Не принято рассказывать обидные анекдоты на национальную тематику. Не принято обсуждать расовые и национальные проблемы, происхождение собеседника, пока Вы не установили с ним дружеских отношений.

После того, как люди узнали друг друга ближе, религия и секс могут стать любимыми темами и разговор может быть очень откровенным. Если во время такого разговора Вы почувствуете себя неловко, лучше не выражать неодобрение явно – некоторым это покажется ханжеством. Лучше придумать повод, чтобы уклониться от ответа.

Не принято обсуждать вопросы стоимости одежды и других предметов личного обихода, не приняты вопросы - почему у вас нет детей, собираетесь ли вы заводить детей, почему вы не замужем или неженаты.

Не принято спрашивать, естественный у вас цвет волос или нет.

Проведенный опрос группы американцев (10 человек, 4 мужчин и 6 женщин, все имеют высшее образование, возраст от 20 до 80 лет) по вопросам, связанным с коммуникативными табу, дал следующие результаты .

Темы, не обсуждаемые с незнакомыми людьми: секс (4 чел.), личная жизнь (4 чел.), доход (3 чел.), семейное положение (2 чел.). Кроме этого были упомянуты религия, здоровье, состояние банковского счета, возраст, привлекался ли собеседник к уголовной ответственности. Один человек сказал, что вообще не вступает в беседы с незнакомыми людьми.

Вопрос о личных доходах собеседника оценили как табуированный 6 человек, 3 человека сочли вопрос в принципе возможным, но не типичным, а 1 человек отметил, что такой вопрос можно задавать только в том случае, когда вы полностью уверены, что он не оскорбит собеседника.

На вопрос, можно ли обсуждать доходы общих знакомых в их отсутствие, утвердительно ответили 8 опрошенных, отрицательно - 2 человека. Таким образом, для большинства такое обсуждение в настоящее время не табуировано.

Вопрос о том, можно ли делать замечания незнакомому человеку: 3 человека ответили – можно, 1 человек - нельзя, 6 респондентов заметили, что они обычно этого не делают. Таким образом, замечание незнакомому выступает как мягкое табу.

Не является жестким табу сообщение незнакомому человеку, что у него что-либо не в порядке (например, развязался шнурок, что-то выпало или выпадет из сумки). Это всегда сделают 5 человек, иногда – 1 человек, но трое

не будут этого делать. Респонденты отвечают, что обычно предупреждают незнакомого человека, если тот что-нибудь уронил, либо предупреждают его в случае опасности (если, к примеру, на этого человека движется машина).

Табуированы прямые замечания. Лишь 3 человека допускают прямые замечания собственным детям, 2 – своим подчиненным, по 1 - офицантту, коллеге, члену семьи. Один отвечавший указал, что прямые замечания чаще используются в общении с обслуживающим персоналом и с очень близкими людьми (например, офицант или ваши дети). Косвенные замечания используются в общении с коллегами. Один респондент указал, что американцы не вмешиваются в те ситуации, которые не касаются их лично.

Мягким табу является спор о чем-либо на вечеринке. На вопрос, уместно ли на вечеринке устраивать обсуждение чего-либо или спор, 6 человек ответили, что обсуждение допустимо, а спор - нет. При этом 4 отвечавших считают, что уместны и обсуждение, и спор.

Темы, табуированные в телефонном общении: противозаконные действия (торговля наркотиками, например), а также сообщение о смерти родственника.

На вопрос о темах, не обсуждаемых в личных и деловых письмах, большинство респондентов ответило, что в деловых письмах не принято затрагивать личные темы.

На вопрос о возможности обсуждения тех или иных тем (политика, деньги, культурные различия и др.) с иностранцами большинство сочло, что запретных тем не существует. Один из отвечавших заметил, что американцы не видят больших различий между иностранцами и гражданами США.

Табу являются негативные отзывы о чернокожих людях в общественных местах, в семье. Так считают 8 опрошенных, 2 человека так не считают, отмечая, что юридически такое право есть у каждого (свобода слова), но пользоваться им - не самая хорошая идея.

Большинство респондентов считает, что в американском обществе не табуированы ругательства мужчин в присутствии женщин, и что ругательства широко распространены. Так не считает только 1 опрошенный.

В присутствии женщин для мужчин табуированы следующие темы: сексуальные подвиги (5 чел), возраст женщин; 2 респондента ответили, что круг допустимых тем зависит от ситуации, 2 человека заметили, что у мужчин и женщин нет большой разницы в тематике общения в присутствии друг друга.

Табуирована громкая речь и громкий смех в поезде или автобусе (7 человек), остальные указали, что это зависит от возраста и воспитания.

В театре или кино табуированы громкие разговоры (6 чел), обсуждение деловых вопросов (5 чел), громкий смех, шум, (3 чел), заниматься сексом (2 чел), курение (5 чел), нельзя снимать кинофильм на видеокамеру, пить спиртные напитки, драться, играть в карты.

Во время посещения ресторана могут быть табуированы такие темы, как смерть и секс (2 чел.), однако 6 человек отметили, что табуированных тем в ресторанном общении нет.

На вопрос, в каких ситуациях неуместна улыбка, были получены следующие ответы: похороны (4 чел), некоторые деловые совещания (по ситуации), чрезвычайные происшествия, несчастье.

На вопрос, можно ли критиковать свою страну в присутствии иностранцев, все 10 опрошенных ответили положительно. Эта тема не табуирована.

Не табуирована также критика своего места работы (так считают все испытуемые).

Мягким табу является обсуждение гостем с хозяевами проблем пищеварения: да -5 чел., зависит от ситуации - 1 чел., нет - 4 чел. При этом вполне допускается в качестве причины отказа от того или иного блюда назвать проблемы с желудком (8 чел.)

Табуируется обсуждение в гостях своих сексуальных проблем (7 чел.), это можно обсуждать только с близким другом/подругой - 1 чел., обсуждать можно, но не свои собственные проблемы - 1 чел., зависит от ситуации - 1 чел.

Жесткое табу –разговоры о сексе в присутствии детей (10 респондентов это исключают).

Не табуировано открытое сообщение гостя, что ему надо в туалет (все 10 человек это свободно допускают). Аналогично, все опрошенные считают, что спрашивать, где находится туалет, у лиц противоположного пола вполне допустимо.

Разговоры в туалете являются мягким табу - 4 чел. это допускают, остальные респонденты были удивлены этим вопросом.

Не является табу напоминание о долгах - 6 чел., это зависит от ситуации - 2 чел. Только 2 чел. считают это недопустимым. Несколько респондентов пояснили свой ответ: можно напомнить о долгах, если он просрочен, или если должник - ваш близкий друг.

Если зарплата оказалась меньше ожидаемой, считают необходимым поинтересоваться у работодателя о причине 9 чел. из 10; таким образом, эта тема не табуирована..

Не табуирована проверка счета в ресторане, так считают все опрошенные. Человек, проверяющий счет, оценивается окружающими как бережливый, ответственный и прагматичный. По мнению одного из опрошенных, человек, проверяющий счет в ресторане, не вызовет никаких отрицательных мыслей у окружающих.

Мягким табу выступает отрицательный отзыв гостя о еде, которой его угощают (5чел), 2 человека сказали, что это зависит от ситуации, 2 человека не считают такой отзыв табуированным применительно к еде в ресторане;

Табуирован ли подход к прилавку без очереди, чтобы задать вопрос? Респонденты дали разноречивые ответы: можно, чтобы только спросить - 2 чел; можно, если это не справочная - 1 чел., можно, если последует ответ "да" или "нет" - 1 чел.; иногда - 1 чел., зависит от ситуации - 1 чел., нет - 2 чел. В целом, видимо, американцы с уважением относятся к очередям, чем можно объяснить обилие условий (оговорок) для возможности "нарушения правил". Таким образом, описываемое действие можно считать мягким табу.

Мягким табу является также просьба о небольшой услуге, адресованная незнакомым: три респондента считают это возможным, три – невозможным, четверо – “в зависимости от ситуации и самой услуги”. Один из отвечавших заметил: “Обычно мы адресуем просьбы только тем, кого хорошо знаем”.

Является ли табу говорить плохо об инвалидах или покойных? Большинство респондентов отвечает на этот вопрос утвердительно, некоторые табуируют возможность плохо говорить о покойных, но не об инвалидах. Среди групп, о которых не принято отзываться плохо, были упомянуты этнические меньшинства (2 чел.), любые меньшинства (1 чел.).

Является ли табу обсуждение вопросов религии или политики с гостями? Ответы на это вопрос распределились следующим образом: 6 человек ответили, что это обсуждать можно, 1 человек ответил отрицательно. Один респондент отметил, что обсуждение таких вопросов зависит от ситуации общения. Еще один информант сказал, что религиозные темы могут обсуждаться только с теми гостями, которых вы хорошо знаете. Таким образом, данная тема, по мнению имеющейся группы респондентов, не является табу. Эти данные противоречат многочисленным другим данным, согласно которым религия и политика относятся к табуированным темам в светском общении в американском обществе. По-видимому, сказалась высокая образованность и интеллигентность респондентов, для которых эти темы представляют интеллектуальный интерес.

На вопрос, есть ли еще какие-либо темы, которые не принято обсуждать с гостями, двое респондентов назвали секс.

Не табуировано, по мнению опрошенных, обращение к незнакомому с просьбой присмотреть за вашим багажом: по мнению семерых респондентов, это вполне допустимо, но четверо уточнили, что такую просьбу нельзя расценивать как безопасную или благоразумную. Трое информантов сочли такую просьбу табуированной.

Можно ли попросить незнакомого человека помочь донести багаж, разместить багаж? Эта просьба практически не табуирована (можно - 5 человек, когда как - 2 чел., нет - 3 человека). Например, высокий пассажир может помочь низкорослому положить багаж на полку над головой в самолете, особенно если заметно, что этому человеку самому не дотянуться.

Темы, табуированные в общении с незнакомыми: просьба одолжить денег (8 чел.), секс (3 чел.), еда, доходы, нельзя спрашивать о детях, о жене, о машине, домашний адрес, любую личную информацию.

Табуированные просьбы в адрес коллег: большие суммы взаймы; сделать что-либо, что не относится к работе, в нерабочее время; работать сверхурочно без оплаты; просьбы личного характера. Был также дан 1 ответ, что возможна любая просьба. Четверо информантов не ответили на этот вопрос.

О чем нельзя разговаривать с попутчиком: просить у него деньги (3 чел.), вопросы личного характера.

Само общение с попутчиком, по мнению большинства опрошенных, не табуировано – так полагают 7 человек, зависит от ситуации - 1 ; не принято - 1; не обязательно - 1.

Табуировано вмешательство в разговор других людей - 8 чел., «когда как» ответили 2 чел. Один человек сказал, что можно прервать разговор, чтобы поинтересоваться, та ли это очередь, которая вам нужна. Вообще американцы считают, что беседа незнакомых людей их не касается.

Мягким табу является сообщение гостям, что приготовленная еда недорого стоила: 5 человек это допускают, но говорят, что это звучит безвкусно, обычно об этом не говорят.

Жестко табуировано обсуждение цены сделанного подарка (все опрошенные исключают это).

На вопрос, делают ли замечания странно ведущим себя людям в поезде или в супермаркете, «нет» ответили 9 чел., да - 1 чел. (в поезде). Таким образом, такие замечания в американской коммуникативной культуре можно считать табуированными.

Исследование О.Г. Прохвачевой (с.223) показывает, что американцы некомфортно себя чувствуют или считают вообще невозможным общение на следующие темы (процент указывает долю опрошенных, посчитавших данную тему мягким или жестким табу):

ТЕМА	БЛИЗКИЕ ДРУЗЬЯ	ЗНАКОМЫЕ	НЕЗНАКОМЫЕ
Деньги	25%	47%	69%
Здоровье	14%	38%	65%
Личные отношения	15%	59%	84%
Секс	25%	73%	84%
Семья	13%	25%	66%
Политика	18%	23%	35%
Свободное время	12%	12%	37%
Покупки	11%	12%	23%
Еда	11%	12%	21%
Дурные привычки	22%	50%	71%
Успеваемость в школе	19%	44%	68%
За кого голосовал	23%	33%	48%

Таким образом, обобщая приведенные данные, можно отметить, что наиболее табуированными в американском обществе темами общения являются деньги, секс, дурные привычки, кто за кого голосовал, политика, успеваемость в школе.

Коммуникативные допущения – т.е. допустимые в американском коммуникативном поведении темы, недопустимые в русском общении:

допустимо отказаться от предложения выпить - это не будет выглядеть невежливым;

допускается вопрос о местонахождении туалета у лица противоположного пола; можно обсуждать проблемы секса среди лиц своего возраста.

в школе – обсуждение ранней сексуальной активности подростков, гомосексуализма, СПИДа;

К коммуникативным допущениям в американском коммуникативном поведении относятся и некоторые вопросы, которые могут задать американцы, например, при знакомстве. А. Лейниер отмечает, что вопросы, задаваемые американцами во время первого разговора, могут показаться многим иностранцам слишком личными или слишком многочисленными, особенно при первом посещении собеседником страны: “Где вы работаете?”, “Женаты (замужем) ли вы?”, “Сколько у вас детей?”, “Играете ли вы в гольф?” – но подобные вопросы в соответствии с американскими стандартами не считаются личными. Они лишь повод для завязывания более тесных отношений или начала разговора. Такого рода вопросы считаются очень дружественными и демонстрируют заинтересованность в вас вашего собеседника, но ни в коем случае не предполагают вмешательство в вашу частную жизнь. Это просто способ познакомиться друг с другом. Поскольку американцы часто путешествуют по стране и встречаются с большим количеством людей, через подобные “стремительные” разговоры они решают, стоит ли завязывать какие-либо отношения с этим человеком или нет (Lanier, с.10)

Если кто-то задал вам вопрос, который кажется вам слишком личным, вы всегда можете уклониться от ответа на него. Можно просто улыбнуться и вежливо сказать, например, “Я расскажу вам в другой раз” или “Давайте поговорим об этом, когда узнаем друг друга получше”, или просто сменить тему разговора. Будьте уверены, вас поймут и не обидятся.

Коммуникативные императивы

Наиболее характерные для американской коммуникативной культуры коммуникативные императивы могут быть сведены к следующим.

Обращаясь по поводу работы, надо адресовать письмо определенному лицу и сослаться на источник информации, которым вы воспользовались, узнав о вакансии.

В автобиографии сначала указывается последнее место работы или учебы, затем более ранние. Нужны рекомендующие вас лица.

Приветствие обязательно в адрес друзей, знакомых, особенно с более высоким социальным статусом. Считается вежливым приветствовать продавцов, обслуживающих вас в магазине, попутчиков в поезде.

При случайном столкновении с незнакомым человеком на улице или в общественном транспорте принято использовать фразу “Excuse me”.

Если приходится извиняться за опоздание на занятия или на работу, необходимо объяснить причину опоздания, особенно это касается женщин. В американской культуре считается, что в целом женщины извиняются чаще мужчин. Мужчина может не объяснять причину опоздания, поскольку в

облике американского мужчины традиционно присутствует элемент занятости, загруженности важными делами.

В ситуации общения с ребенком-школьником принято интересоваться его возрастом, спросить о том, нравится ли ему школа, какие предметы ему нравятся. Об успеваемости спрашивать не принято.

Если ваш собеседник – студент колледжа или университета, принято поинтересоваться его специализацией, планами на будущее, жизнью учебного заведения. Интересоваться академическими успехами человека, с которым у вас нет близких взаимоотношений, считается невежливым.

Поздравления приняты в следующих случаях: свадьба, помолвка, получение новой работы или продвижение по службе, рождение ребенка. Устные поздравления допустимы только в дружеском общении. Как правило, поздравление делается письменно, в открытке.

Письменно принято сообщать и о таких событиях, как развод или смерть. Устное обсуждение этих тем в американском обществе в достаточной степени табуировано.

При общении в гостях принято хвалить угощение даже в том случае, когда еда не соответствует вкусам гостя. При прощании обязательно необходимо поблагодарить за хорошо проведенное время и еще раз – за угощение. Принята также письменная благодарность, посылаемая хозяевам на следующий после визита день. Переночевав в гостях, надо тоже написать bread-and-butter letter, приложить небольшой подарок - букет, коробку конфет.

Хозяева обязательно должны предложить гостям пить. Фраза “Would you like something to drink?” является наиболее типичной для начала общения с гостями. За столом хозяева могут предлагать гостям различные блюда, даже если гости отказываются есть, мотивируя это своей сытостью. Если гости уходят достаточно рано, считается вежливым попросить их остаться еще на некоторое время.

Наиболее типичные темы общения в гостях – семья, спорт, работа. Типично женской темой общения является обсуждение домашнего хозяйства, оформление интерьера дома. Мужской темой является спорт, наиболее популярен американский футбол. Если у хозяина есть какое-либо хобби, связанное с домом (например, изготовление мебели), эта тема может обсуждаться в общении с хорошо знакомыми гостями. Если собеседник – новый человек, принято задавать только самые общие вопросы типа “Where do you work?”, “Do you like sports?”, “Where do you come from?”, “What school do you go to?”. Эти вопросы не считаются личными. Если собеседник – иностранец, принято интересоваться национальными обычаями, традиционной кухней его родной страны.

По результатам опроса американцев (10 человек, 4 мужчин и 6 женщин, высшее образование, возраст 20-80 лет) американские коммуникативные императивы могут быть охарактеризованы следующим образом.

На вопрос о том, кого принято обязательно приветствовать, все респонденты ответили – родственников, друзей, продавца в магазине (один из опрошенных добавил, что приветствие продавца обязательно, особенно если вы хотите, чтобы продавец вам помог).

Соседей считают необходимым приветствовать 8 человек, 1 респондент указал, что приветствие зависит от ситуации, а 1 ответил - “иногда”.

Не считают нужным приветствовать людей, стоящих в очередях, 8 из 10 опрошенных.

Не является императивом приветствие попутчиков в самолете, поезде, автобусе: так считают 6 человек. Двое ответили “может быть” и только 2 человека указали, что это необходимо делать.

На вопрос, кого еще необходимо приветствовать, были получены следующие ответы: врача (2 чел.), стоматолога (2 чел.), профессионалов, к которым вы приходите в качестве клиентов (2 чел.) коллег (3 чел.), адвокатов, официантов, барменов, клиентов, учителя, газонокосильщика, рабочих на автозаправках, любого, с кем вы вступаете в контакт или от кого вам требуется какая-либо услуга, полицейского, почтальонов. Два человека сказали, что необходимость приветствия определяется, исходя из ситуации.

На вопрос, обязательно ли благодарить за небольшую услугу друзей, незнакомцев, родственников, чиновников, все 10 опрошенных ответили утвердительно.

Может ли подарок заменить словесную благодарность? На этот вопрос все информанты ответили утвердительно.

На вопрос об обязательности извинения за причиненное неудобство 6 чел. ответили утвердительно, 2 человека отметили, что необходимость извинения зависит от того, что подразумевается под “неудобством”, 1 человек ответил отрицательно. Наиболее часто американцы извиняются с помощью фразы “I’m sorry”.

В целом информанты оценили понятие “неудобство” (trouble) как слишком расплывчатое. Один из отвечающих считает, что публичное неудобство требует публичного извинения.

В общении с детьми американцы наиболее часто задают следующие вопросы: сколько тебе лет, о спорте, о школе, в каком классе, кем работает папа, есть ли братья или сестры, есть ли собака, кем хочешь стать, когда вырастешь. Возможны комплименты типа “Ты хороший мальчик”. Можно поинтересоваться, хорошо ли ребенок проводит время.

В разговоре с пожилыми людьми американцы спрашивают: как жизнь, как здоровье, говорят о погоде, телевидении, текущих событиях. Возможны вопросы типа: “Как вам нравится на пенсии?”, “Рады выбыть из тараканьих бегов?”, “На что тратите время?”, “Как давно вы на пенсии?”, “Есть ли у вас еще работа?”, спрашивают о новых интересах, хобби. Двое отвечающих указали, что вопросы зависят от ситуации.

В общении с коллегами наиболее распространены следующие вопросы: “Как дела?”, “Какие новости?”, “Кем работаешь?”, “Как с тобой обходится жизнь?”, “Как прошел отпуск / выходные?”, а также вопросы, связанные с профессиональной деятельностью.

Отвечая на вопрос, в каких еще ситуациях используются стандартные выражения, респонденты назвали похороны, свадьбы, интервью при приеме на работу. Комplименты часто используются в качестве приветствий: “Привет, симпатичное платье!”

Если дети ведут себя шумно, то родители должны потребовать, чтобы они прекратили шум – так считают 7 респондентов, один ответил “обычно должны”, один – “иногда”, один – “зависит от родителей”.

Делают ли взрослые замечания незнакомым детям? Да - 4 чел., иногда -2 чел., нет - 2 чел., не в присутствии других людей, а только один на один - 2 чел. В вопросе не уточняется, делаются ли замечания в присутствии других людей или один на один, поэтому ответы в некоторой степени неконкретны. В целом взрослые американцы довольно редко публично делают замечания незнакомым детям, ведущим себя плохо в общественном месте. Однако, несомненно, они высказывают критические замечания своим спутникам.

Отсутствует императив разговора с попутчиками в самолете или в поезде – все респонденты в этом единодушны. Но если беседа имеет место, то темы, избираемые для таких бесед, таковы:

а) дети: да - 5 чел., не всегда - 1 чел., иногда - 1 чел., возможно - 1, может быть - 1, нет - 1 чел.

б) политика: да -3, возможно - 1, не всегда - 1, обычно нет - 2, нет - 2, когда как - 1чел.

в) работа: да -5, не всегда - 1, иногда -1, возможно -2, нет -4.

г) домашние животные: да - 2, не всегда -1, иногда -1, возможно -2, нет - 4.

д) проблемы здоровья: да -2, возможно - 1, нет -7.

Среди других тем, обсуждаемых с попутчиками, были названы: погода (4 чел.), спорт (3), текущие события, боязнь летать на самолетах, рынок ценных бумаг, гольф, рыбалка, хобби, куда кто едет.

Таким образом, наиболее популярные темы – дети, работа, погода.

Если в общественном месте плачет ребенок, его родители обязаны его успокоить, так считают все респонденты.

Если в доме беспорядок, когда неожиданно приходят гости, то необходимо извиниться (7 человек), в этом нет необходимости – 3 человека.

Когда человек проходит к свободному месту в театре или самолете, “Excuse me” обязательно.

Стандартные фразы, которые мужчины должны говорить женщинам при встрече и на свидании – комплименты о внешности или о характере - 8 чел., двое считают, что это не обязательно.

Темы, которые всегда обсуждаются с гостями, фактически отсутствуют, респонденты продемонстрировали большой разброс в ответах: работа (2), семья (2), общие друзья, погода (2), спорт (3), политика, покупки, распродажи, кино, театры (2), дела community, здоровье, текущие события, (2).

Темы, обычно обсуждаемые с иностранцами:

а) их впечатления о США: да - 6, иногда - 2;

б) политика: да - 5, нет - 3;

в) жизнь в стране, откуда прибыл гость: да - 8, возможно - 1;

г) еда: да - 8, возможно -1;

д) культурные различия: да - 7, обычно нет - 1, нет - 1.

Среди прочих тем, обсуждаемых с иностранцами, были названы следующие: семья, кто чем занимается в свободное время, музыка, кино, скучают ли иностранцы по своей стране.

Данные ответы следует оценить с осторожностью, поскольку в сознании американца четкого различия между американцами и иностранцами не существует, в США нет четкой категории “иностранца”, как в России. Во многих ситуациях нельзя четко определить, кто является иностранцем. Многие американцы, не осознавая того, иностранцем считают любого, кто говорит с акцентом. Однако существует значительная часть граждан США, живущих в этой стране лет с 12, и сохранивших остатки акцента, которые, однако, являются полноценными американцами.

Если гость неожиданно приходит на обед, хозяева обычно извиняются, что нечем особо угощать: так считают 6 респондентов, 3 считают, что это не обязательно говорить. Такому гостю предлагают что-нибудь попить или что-нибудь съесть, это признают все респонденты.

Обязательные действия хозяев в отношении гостей: вполне могут помочь гостям снять пальто; снимать обувь гостям совершенно необязательно за исключением совсем неформальных ситуаций либо в случае плохой погоды; сигарет гостям не предлагают, поскольку курение не приветствуется в большинстве домов. Обычно хозяева приветствуют гостей и предлагают им сесть.

Гость должен похвалить обед, которым его угощали (7 человек), не обязан – 4 человека. Отвечавшие, независимо от того, ответили они утвердительно или отрицательно на данный вопрос, высказали мнение, что похвала не является обязательной, однако от гостя ожидают, что он скажет что-нибудь приятное. Искренность в данной ситуации оценивается по тому, что выбрано для похвалы, а также степенью эмоциональности комплимента.

Императивы гостя:

а) сказать хозяйке, что она замечательно выглядит: да - 8, да, если это действительно так - 1, нет - 1 чел.;

б) когда гость уходит, сказать, что хорошо провел время: да - 8, да, если это действительно так - 2 чел.;

в) поблагодарить хозяйку за прием: да - 10 чел., такая благодарность абсолютно обязательна;

г) договориться о следующей встрече: да - 2, нет - 2, зависит от ситуации - 6 чел.

Если гости собираются уходить, то уговоры хозяина оставаться еще не являются императивом – 8 респондентов считает, что это зависит от ситуации, а 2 полагают, что он вообще не должен этого делать.

Все респонденты выразили мнение, что хозяин не должен специально побуждать гостей задерживаться, хотя если он хочет, он может сказать что-нибудь вроде “It's too early to leave. Please stay.”, “nah... do you have to go?”

Надо ли предлагать свое место в автобусе женщинам или пожилым людям? На этот вопрос были получены следующие варианты ответов: не обязательно, но это считается вежливым поступком - 6 чел., нет - 1 чел., да - 3 чел. Двое информантов указали, что важнее уступать место старикам. В большинстве случаев в общественном транспорте зарезервировано несколько мест для пожилых людей или инвалидов. Любой человек может сесть на такое место, но необходимо встать и уступить его пожилому человеку или инвалиду,

если он подойдет.

Информация, которая предпочтительно передается в письменной форме:

- а) рождение ребенка: да - 8, , нет - 2 чел.;
- б) помолвка: да - 4, возможно - 1, так делают, но это не обязательно - 1, нет - 4 чел.;

в) приглашение на свадьбу: да - 10 чел.;

г) смерть родственника: да - 3, возможно - 1, по телефону - 1, нет - 5.

Аналогично преимущественно письменно сообщается информация о разводе и увольнении.

Укажем на отсутствие у американцев некоторых императивов, существующих в русском коммуникативном поведении:

в Америке не считается необходимым вступать в общение с незнакомым попутчиком в самолете или поезде, молчание попутчика не будет расценено как проявление невежливости;

у американцев не обязательно предлагать гостям еду, если их визит не совпадает со временем приема пищи, при этом неважно, были ли люди приглашены заранее или пришли неожиданно;

при общении мужчины с женщиной американцы не считают необходимым делать комплименты собеседнице;

не считается обязательным уступать женщине место в транспорте.

Эвфемизация

Каждая коммуникативная культура эвфемизирует определенные понятия, запрещая употребление в общении определенных слов и выражений.

В американской коммуникативной культуре эвфемизируется название туалета: это учреждение может быть названо rest room, bathroom, little girls' room, little boys' room, powder room (женский туалет).

В современном американском общении, как уже отмечалось выше, в последнее время получила широкое распространение так называемая политическая корректность, которая привела к возникновению многих новых эвфемизмов и значительно повысила эвфемизированность американского общения.

Так, по отношению к пожилым людям или людям с физическими недостатками используются «осторожные» номинации: elderly people or senior citizens (вместо old), visually impaired (вместо blind), with a hearing disability (вместо deaf), handicapped \ physically challenged \ differently-abled (вместо crippled), with physical \ emotional problems (вместо mentally ill).

2. Американское вербальное поведение в стандартных коммуникативных ситуациях

Установление коммуникативного контакта

Американцы люди общительные, достаточно легко вступают в контакт. Вместе с тем есть заметные отличия в установлении коммуникативного контакта в американском общении в отличие от русского.

Свообразие установления коммуникативного контакта с собеседником в американской коммуникативной культуре заключается в следующем.

Формы установления контакта

Установление контакта в американской коммуникативной культуре осуществляется гораздо более ограниченным числом коммуникативных средств, чем в русском и чаще всего сводится к кратким формулам: обращение ± или приветствие ± имя ("Hey, Jack!").

Обращение в американском общении выполняет в основном формальную функцию вступления в контакт для обмена информацией, в то время как в русском коммуникативном поведении обращение используется и как знак особого расположения к собеседнику, или для установления дистанции между собеседниками.

В американском общении *совет* как средство установления контакта неэффективен, использование подобной формы обращения часто ведет к уклонению от контакта; в русском же общении совет служит достаточно распространенным и эффективным средством установления контакта.

Средство "выражение радости от встречи" ("Как я рада вас видеть!") в русском общении отличается от аналогичного средства в американском общении: для американского общения это штамп, в русском общении подобные фразы несут на себе печать искренности, особого отношения к собеседнику.

В американском коммуникативном поведении широко распространен комплимент как средство установления контакта, в русском общении он используется редко и не является эффективным средством установления контакта.

Для американского коммуникативного поведения характерен большой набор контактоустанавливающих вопросов.

Только для американского общения характерно "узнавание собеседника" как способ вступления в контакт ("Eric? That you?"). Для русского общения это не характерно.

Только для русского общения характерно "выражение скучания по собеседнику", "предложение еды/питья" как средство установления коммуникативного контакта.

В американском коммуникативном поведении используются как средства установления контакта улыбка и контактноустанавливающий взгляд, а жесты установления контакта мало употребимы; рукопожатия, поцелуи и другие физические контакты возможны только между родственниками или хорошо знакомыми людьми. *Прикосновение* как способ установления контакта в американском общении допустим, но распространен гораздо меньше, чем в русском.

Особым средством установления контакта в американском общении является "взгляд/смотрение в течение некоторого времени" (например, "Не

looked at her for two minutes and she asked about John"). Долгий взгляд адресанта в этом случае воспринимается как желание что-либо сообщить, как намек на какую-то возникшую проблему, и адресат вынужденно вступает в вербальный контакт. В русском коммуникативном поведении подобная форма не является средством установления контакта (она либо игнорируется, либо ведет к уклонению от контакта). В русском коммуникативном поведении пристальный, длительный взгляд рассматривается как демонстрация недобрых чувств, давление на собеседника и даже может вызвать неприязнь к смотрящему: возможен вопрос "Ну что ты на меня смотришь?".

Обращение

Обращение в американской коммуникативной культуре носит достаточно демократичный характер.

Американцы не злоупотребляют подчеркиванием различий в рангах, особенно в социальном положении. Многие из них предпочитают не делать никакой разницы между собой и другими людьми на основании возраста или служебного положения, иначе они чувствуют себя не достаточно комфортно.

«Если вы не делаете никаких различий в занимаемой человеком должности или роде его занятий, вы можете быстро отбросить все формальности, потому что дружеские, неформальные отношения гораздо более важны для американцев, чем все ранги и статусы. Вы прежде всего уважаете самого человека, а не его пост. Для нас неформальность не означает отсутствие уважения» (Lanier, с.11).

Многие американцы сейчас находят обращения "мистер", "миссис" или "мисс" слишком чопорными и формальными. Вы можете услышать от людей далеко не молодых: "Зовите меня просто Салли (или Генри, или Дон)". Использование только первых имен считается признаком дружеского расположения.

Очень часто такого рода обращения используются с самого первого представления друг другу: "Мэри Смит, это Джон Джоунз". Выбор обращения предоставляет собеседнику: называть ли женщину просто по имени или использовать более формальное обращение "мисс Смит". Иногда несколько минут американцы обращаются друг к другу формально, а потом переходят на первые имена. Если собеседник не хочет использовать первые имена сразу же, он может этого не делать, никто не будет возражать и это не будет проявлением невежливости или недружелюбия.

Американцы в разговоре друг с другом редко используют только референциальный титул, если за ним не следуют их фамилии: принято, например, говорить "мистер Джонсон", "миссис Грей", "мисс Вилкинз", а не просто *мистер* или *мисс*. У американцев фактически нет в языке обращений, которые было бы принято использовать и автономно, подобно таким словам как *месье*, *мадам*, *мадмуазель* или *сеньор* и т.п., поэтому вы обычно не услышите во время разговора таких фраз, как "Вы сегодня прекрасно выглядите, *мистер*" или "Как поживаете, *мисс*?"

Поскольку в США все ранговые различия сведены к минимуму, у американцев нет таких фамильных титулов, как *лорд*, *граф* или *герцог*. Вместо

этого нередко используется профессиональный титул, т.е. обращение, указывающее на характер работы человека. В Америке признается и считается достойным подчеркивания тот статус, который был заработан, а не просто унаследован. Профессии, в которых наиболее часто используются титулы, включают дипломатов, членов Конгресса (или определенные высшие правительственные посты), судей, военных, врачей, профессоров, священнослужителей.

К врачу или ветеринару обращаются Doctor + фамилия, аналогично принятно упоминать о них в разговоре.

К судье или о нем употребляют форму Judge + фамилия. В зале суда принято обращение Your Honor.

К медсестре или о ней – Nurse + фамилия.

Аналогичны в официальной обстановке обращения к генералам, полковникам, полицейским на дежурстве: наименование должности + фамилия.

В обращении к председателю комитета применяются Mr. Chair (person)\Madam Chair (Person). Хотя редко еще можно встретить Chairman\Chairwoman.

К президенту (вице-президенту) в официальной обстановке применяется Mr. President, Mr. Vice-President, Madam President, Madam Vice-President. В неофициальной President\Vice President опускаются.

К пасторам протестантской веры – Reverend +фамилия.

К раввинам – Rabbi + фамилия. Два последних обращения используются в официальной обстановке. В полуофициальной можно опустить фамилию. Эти обращения применяются независимо от религиозной ориентации говорящего.

На работе к начальству и старшим по должности используют Mr.\Ms. + фамилия, те же формы используют по отношению к подчиненным. Однако, как отмечает Д. Левин, многие подчиненные называют своих боссов (начальников, руководителей) по имени. Это не считается грубым. Многие боссы даже отдают предпочтение такому обращению. Несмотря на то, что они занимают положение выше, чем подчиненные, иногда начальникам хочется, чтобы к ним относились как к равным (Levin et al, с.8).

Коллеги обычно предпочитают обращаться друг к другу по имени.

При обращении к незнакомым для привлечения внимания обычно используются формулы Excuse me! (или официально - Pardon me!)

К мужчине \ женщине старше собеседника американец обычно обращается Sir\Ms [miz], Ma'am - в устном обращении на юге страны или в сельской местности. В письменном обращении во всех случаях рекомендуется Ms. Традиционные Mr., Mrs., Miss используются, как уже отмечалось выше, только в сочетании с фамилией.

Понятие “мужчина” и “женщина” соотносятся в американской коммуникативной культуре с человеком, достигшим 18 лет. Поэтому американские студенты, в отличие от русских, не используют в обращении друг к другу слова типа “мальчики (мальчишки)” и “девочки (девчонки)”.

К мужчине младше Вас можно обращаться Young man!, к женщине младше Вас – Ms., Miss., young woman, young lady. Более употребительна в настоящем времени форма Miss. Как очень вежливое воспринимается Young lady.

При обращении по телефону обычно используется Mr + имя + фамилия, Ms + имя + фамилия.

В ресторане можно услышать Waiter\Waitress. Но это считается невежливо, пренебрежительно. Лучше просто сказать Excuse me.

К ребенку от 2 до 12 можно ласково обратиться son\sonny (в основном пожилые люди); Little boy \ girl; honey \ sweetie \ dear. Kid звучит нейтрально или несколько резко.

Dear используется в общении взрослых между собой.

В школе к ученику обращаются по имени. Mr.\Ms. + фамилия используется, если что-нибудь неладно.

Дети ко взрослым обращаются по тем же правилам, что и взрослые: к учителю Mr.\Ms. + фамилия.

Студенты университетов употребляют титул Professor + фамилия или без нее. Многие профессора предпочитают, чтобы их называли по имени. Студенты и ассистенты\аспиранты обращаются друг к другу по имени. Нередко имя подменяют фамилией (характерно в среде мужчин). От интонации голоса обращение по фамилии может звучать дружелюбно или холодно, неприязненно.

К большой группе людей принято обращаться: Ladies and gentlemen! В официальной обстановке к членам коллектива: My fellow employees \ workers \ colleagues... My fellow professors \ students...

На автостанции (на вокзале, в аэропорту) обращение начинается Attention, please!

Существуют разговорные формы обращения, начинающиеся с YOU:

You folks – разговорная, доброжелательная форма обращения профессора к студентам;

You guys – разговорная, доброжелательная форма обращения среди друзей или членов группы;

You people – разговорная форма с оттенком раздражения и презрения (не следует применять к людям другой национальности).

Невежливые, пренебрежительные формы: Lady (без сочетания с young) - можно услышать в переполненном метро.

Grandma\grandpa по отношению к людям пожилого возраста является грубым: Hey, Grandpa! Where'd you learn that?

Man \ Brother \ Bro' [brou] – фамильярное обращение среди мужчин в афроамериканской среде. Man употребляется молодыми мужчинами неафриканского происхождения. Им также пользуются феминистки. Sister, как и Brother часто имеет фамильярный оттенок.

Boy – используется некоторыми пожилыми людьми (особенно на Юге) по отношению к мужчинам моложе их. Исторически boy носит пренебрежительный расистский оттенок обращения к мужчине африканского происхождения.

Girl - так пожилые люди могут обратиться к женщине моложе себя (особенно на Юге). В целом, это обращение функционирует как boy.

Guy; bud(dy), pal, chum, mate – формы обращения мужчин друг к другу (располагаются в порядке частотности употребления).

Обобщая, можно следующим образом систематизировать принципы и формы обращения, используемые в американской коммуникативной культуре.

У американцев значимыми факторами для выбора формы обращения к собеседнику оказываются пол, возраст, коммуникативный статус собеседников и социально-психологическая дистанция между ними. В зависимости от этих параметров общения коммуниканты выбирают возможную и уместную форму обращения к адресату.

Так, при несимметричных коммуникативно-ролевых отношениях, нейтральной или далекой социально-психологической дистанции в формальной или нейтральной ситуации общения в зависимости от пола к собеседнику принято обращаться, используя фамилию и соответствующий референциальный титул – Mr или Miss/Mrs/Ms (например, Mr Brown, Miss/Mrs/Ms Blake).

Выбор референциального титула для обращения к женщине традиционно зависит от ее семейного положения (Miss + девичья фамилия для незамужней женщины; Mrs + фамилия мужа для замужней женщины). Однако в настоящее время для обращения к женщинам все большую популярность приобретает референциальный титул, не маркирующий ее положение по отношению к мужчине и употребляющийся симметрично мужскому титулу Mr, например, Ms White (произносится /miz/). Многие американки предпочитают именно такое обращение к себе (это означает, что интересоваться их семейным положением нет необходимости и даже неуместно), и знание этой новой формы обращения, вошедшей в речевой обиход совсем недавно, крайне важно для успешного коммуникативного взаимодействия в современном американском обществе.

В академической среде при тех же условиях общения широко распространено использование академических референциальных титулов Dr/Professor в сочетании с фамилией, употребляющихся как при обращении к мужчинам, так и при обращении к женщинам.

При симметричных коммуникативно-ролевых отношениях, близкой социально-психологической дистанции в неформальной или нейтральной ситуации общения вне зависимости от пола к собеседнику принято обращаться, используя имя. При этом необходимо отметить, что американцы достаточно быстро "переходят на имена" – они предпочитают обращаться друг к другу неформально, по имени не только в неофициальной, но в достаточно формальной обстановке общения.

Обычно обращаться к собеседнику принято так, как его представили при знакомстве, а если выбор формы обращения вызывает затруднения, совершенно нормальным для американской коммуникативной культуры считается вопрос к собеседнику о том, как он предпочел бы, чтобы его называли.

В ситуациях, когда требуется привлечь внимание незнакомого человека (прохожего, продавца, официанта и т.д.) или когда говорящий хочет избежать формулы обращения (например, не уверен в ее правильности), используется формула извинения Excuse me, произносимая с особой восходящей интонацией.

В эксперименте, посвященном изучению форм обращения в американском варианте английского языка, приняли участие 10 человек (9 женщин и 1 мужчина): 4 человека в возрасте 20-30 лет, 1 человек в возрасте 31-40 лет, 4 человека в возрасте 41-50 лет и 1 человек в возрасте 71-80 лет.

В ситуации обращения к незнакомому собеседнику большинство информантов (60%) дали понять, что, независимо от пола адресата и степени формальности обстановки общения, они предпочитают избегать прямых форм обращения и используют для привлечения внимания приветствия Good morning/afternoon/evening/Hello в формальной и нейтральной ситуации; Hi используют в неформальной ситуации 50%; Nice to meet you (восходящая интонация) – 10%.

Респонденты, которые считают возможным использование прямого обращения (forms of address) в этих ситуациях, употребляют в отношении людей старшего возраста в зависимости от их пола референциальный титул Mr./Sir/Ma'am (50%), Ms (40%) или Miss/Mrs.(10%).

В обращении к женщинам более молодого возраста (моложе респондента или одного возраста с ним) часто используется референциальный титул Ms. Это относится и к форме обращений, употребляемых в официальной переписке: Ms в этом случае употребляется в сочетании с фамилией адресата. Дети обращаются к незнакомым людям, используя референциальные титулы Sir/Ma'am, иногда Mister/Lady.

При обращении к незнакомым детям их внимание привлекают либо уменьшительно-ласкательными словами типа sweetie, honey (30%), либо неформальным приветствием Hi.

В сфере обслуживания (кафе, ресторан, гостиница, магазин) внимание персонала привлекают, используя обращения Sir/Ma'am/Miss, либо waiter (кафе, ресторан). Многие респонденты (от 30% до 40% в зависимости от ситуации) избегают форм прямого обращения в этих случаях, предпочитая им Excuse me (30%) или Hi, Afternoon, Hello (по 10%). Здесь интересно отметить, что в то время как в большинстве случаев обращения к незнакомым молодым женщинам респонденты практически не упоминают форму Miss, в сфере обслуживания ее считают возможным употреблять 60% опрошенных, причем не оговаривая при этом возраст женщины. Только 20% отвечавших отдают в этом случае предпочтение форме Ma'am.

В больнице обычным обращением к врачу является Doctor, а внимание среднего медицинского персонала привлекают словами nurse (40%), Sir/Ma'am (20%), Mr./ Ms в сочетании с фамилией, если она указана на табличке на груди (20%). Также 20% опрошенных сказали, что используют в этом случае приветствия, избегая прямого обращения.

При общении со знакомыми людьми абсолютное большинство респондентов (80%) ответили, что обращаются к ним по имени (first name), при этом некоторые заметили, что делают это в отношении всех знакомых своего возраста или моложе (10%), включая преподавателей, коллег, студентов (10%).

В школах и университетах к учащимся обычно обращаются по имени (80%). В то же время на вопрос о том, к кому они обратились бы по фамилии

(last name), около половины участников эксперимента ответили, что использовали бы референциальный титул в сочетании с фамилией (например, Mr./Mrs. White, Professor Brown, и т.п.) в формальной обстановке общения, либо при обращении к человеку намного старше себя, 40% сказали, что могли бы обратиться по фамилии к близким друзьям и коллегам в шутку, а 20% ответили, что не делают этого никогда.

Предпочитая обращаться к знакомым собеседникам по имени, большинство респондентов используют ту форму имени, которую употребляют в отношении себя сами их собеседники (например, как они назвали себя при знакомстве) (50%) или окружающие (20%). Многие респонденты считают возможным спросить собеседника, какую форму имени они предпочитают при обращении к себе (60%).

Уменьшительно-ласкательные и сокращенные формы имен (например, Billy от William) используются при обращении к детям, родственникам, близким друзьям и в ситуациях, когда собеседник ясно дает понять, что хочет, чтобы его так называли. К родителям обращаются, употребляя уменьшительные формы Mom (90%), Ma (20%), Dad (90%), Da, Pops, Poppy (по 10%). Один респондент ответил, что обращается к отцу по имени. Бабушек называют Grandma (60%), Nanny (10%), дедушек – Grandpa (70%). Родителей супруга часто называют по имени (60%).

Результаты проведенного эксперимента позволяют говорить о том, что наиболее значимыми факторами при выборе форм обращения для носителей американского варианта английского языка являются такие социолингвистические параметры, как степень формальности обстановки общения, пол и возраст коммуникантов, а также социально-психологическая дистанция между ними. Статусные и коммуникативно-ролевые отношения между собеседниками влияют на выбор форм обращения только в некоторых формализованных (но не формальных) ситуациях, таких, как общение персонала с клиентом в сфере обслуживания. В остальных случаях респонденты демонстрируют гибкость своих коммуникативных ожиданий, предлагая множество возможных вариантов речевых стратегий и отдавая предпочтение более неформальным из них.

Приветствие

Как правило, американцы используют неформальные способы приветствия. Обычно они говорят “Hi” (Привет) или “Hello”, независимо от того, к кому они обращаются. Однако иногда люди используют формальные способы приветствия. Формальные способы приветствия используются, главным образом, при знакомстве: Mrs. Bell, I'd like you to meet my brother Boris. – How do you do, Boris. В ответ на приветствие обычно говорят “It's nice to meet you. Pleased to meet you”. При расставании - “It was nice meeting you” или “It was a pleasure to meet you”.

Пол и возраст собеседников практически не являются у американцев релевантными для выбора приветствия.

В зависимости от времени суток, в американском английском используются формулы Good morning (до 12 часов дня)/ Good afternoon (с 12

до 17 часов) / Good evening (с 17 до 23 часов), имеющие достаточно широкий спектр применения и употребляемые в нейтральной или формальной ситуации общения со знакомыми или незнакомыми людьми, а также варианты этих формул – Morning /Afternoon/ Evening, – используемые в неформальной или нейтральной коммуникации наряду с Hello/Hi. Приветствия эти произносят при встрече со знакомыми и иногда – с незнакомыми людьми. При последующих встречах с тем же человеком в течение дня американцы используют Hello/Hi, каждый раз повторяя это приветствие и сопровождая его улыбкой или кивком головы.

Улыбка при приветствии считается в американском этикете обязательной, в то время как рукопожатие знакомых людей при встрече наблюдается не часто: только иногда среди мужчин, которые давно не виделись. Необходимо заметить, что формулы "Good day" и "Good night" не употребляются в качестве приветствий: первая иногда используется при прощании, вторая является пожеланием (Ср. "Спокойной ночи").

Если собеседники знакомы друг с другом, приветствие может быть более распространенным (extended greeting), хотя и недолгим: после первоначального обмена стандартными ритуальными формулами как правило, следует вопрос How are you?/How is it going?/How are you doing?/How's everything?/What's up? и т.п., в ответ на который ожидается формальный, без деталей, ответ: Fine/Not bad, thanks/Thank you и "зеркальный" вопрос типа And how are you?/And yourself? с соответствующим ответом. При этом обмен репликами происходит в достаточно быстром темпе, детальных ответов на заданные вопросы на этом этапе коммуникации не предполагается и не ожидается.

В эксперименте, выявляющем особенности коммуникативного поведения американцев в ситуации приветствия, приняли участие 10 информантов. Все они отметили, что обычно здороваются со знакомыми людьми, причем не ждут, когда их будут приветствовать, а сами инициируют это речевое действие. Половина опрошенных готова также приветствовать незнакомых людей, входя в лифт, встречаясь с ними на лестничной площадке своего дома или занимая место рядом с ними в театре или на конференции. В число незнакомых людей, с которыми они здоровятся, респонденты включили также почтальонов, соседей, консьержей. В качестве приветствия информанты использовали следующие фразы: Hi (60%), Hello (50%), How are you (50%), Hey (20%), Good morning (20%), What's up (20%), How's it going (10%), а также улыбку (20%). 50% респондентов считают, что обязательных фраз при выражении приветствия не существует, однако по 10% назвали обязательными такие формы приветствия как улыбка/кивок головой, один из вариантов hello (hi, hey), а также how are you и what's up.

Ритуал приветствия, включающий обмен репликами между собеседниками, по мнению опрошенных, может быть как минимально коротким, так и "расширенным" (extended greeting). В первом случае участники общения на ходу приветствуют друг друга словами Hi/Hey/Hello/(Good)morning, во втором случае после произнесения одной из этих формул задается вопрос (How are you?/What's up?/How's it going?), на

который адресат дает ответ, а затем сам интересуется состоянием собеседника, ожидая такой же краткой реакции. В качестве типичных ответов на ритуальный вопрос приветствия респонденты привели фразы Fine (60%), Well/Pretty good (30%), OK (30%), Things are good (20%), отметив, что эти ответы не должны быть долгими и детальными.

О "формальности" задаваемого во время приветствия вопроса о состоянии собеседника свидетельствует тот факт, что в качестве ответа на него некоторые участники эксперимента привели симметричный вопрос How are you? (10%)/What's up?(10%). Все опрошенные отметили, что ритуал приветствия должен быть очень коротким, включающим несколько слов и длившимся от 3 (10%) до 30 (10%) секунд, т.е. менее 1 минуты. Это подтверждает мысль о фатическом, чисто ритуальном характере данного коммуникативного события.

Если ситуация приветствия имеет место в ограниченном пространстве (помещении), то, по мнению 30% респондентов, приветствие должен инициировать входящий, 30% считает, что это не имеет значения, а 20% - что это должен делать тот, кто уже находится в помещении. В случае, когда человек приходит для назначенной заранее официальной встречи (formal appointment), 60% опрошенных полагает, что первым должен приветствовать собеседника тот, к кому пришли, 10% считает, что это не важно, 10% придерживается мнения, что первым должен здороваться пришедший, а 10% - что это должен быть тот, по чьей инициативе была назначена встреча.

На вопрос о том, какие невербальные знаки они используют при приветствии, 40% опрошенных отметили, что в этой ситуации могут легко обнять собеседника (hug), 20% - кивнуть головой, 10% - помахать рукой, 10% - поцеловать собеседника. 90% респондентов сказали, что улыбаются во время приветствия. Рукопожатие в качестве приветственного жеста используется только в ситуации знакомства.

80% участников эксперимента считают, что в их речевой культуре не существует отличий в приветствии мужчин и женщин (один респондент отметил, что женщины обнимаются и целуются чаще, один – что мужчины чаще похлопывают друг друга по спине).

Все респонденты ответили, что если они встречают одного и того же человека во второй раз в течение дня, то непременно приветствуют его, говоря Hello again (30%), Hi (20%), Hey (20%), Nice to see you again so soon (20%), Hey, we meet again (10%). При третьей и более встрече в течение дня 50% опрошенных сказали, что повторят вербальное приветствие, 30% ответили, что поприветствуют этого человека улыбкой, 20% сказали, что не будут его приветствовать.

В той части анкеты, которая касалась невербальных форм коммуникации в ситуации приветствия, 100% респондентов ответили, что целуют и обнимают друзей и родственников, не оговорив, какого они пола. Интересно, однако, что на вопрос о том, насколько часто, по их мнению, "социальный поцелуй" (social kissing) используется при приветствии, половина опрошенных ответила, что этого никогда не бывает среди мужчин (только если они гомосексуалисты, считает один респондент), и очень редко случается среди женщин. Только 30%

отвечавших считает, что женщины часто целуются при встрече, и 20% - что это довольно часто происходит между женщинами и мужчинами при неформальном общении. 10% респондентов придерживается мнения, что часто целуются латиноамериканцы. При этом к "социальным поцелуям" все участники опроса относят поцелуй (одно- двукратный) в щеку, 30% называют "социальным" поцелуй в воздух, 10% - прикосновение щекой к щеке, а 10% - поцелуй в губы. По мнению опрошенных, помимо приветствия, "социальный поцелуй" используется в ситуации прощения (50%), поздравления (10%) и комплимента (10%). 20% респондентов сказали, что, кроме поцелуев, в качестве приветственного жеста они иногда или редко могут использовать легкое похлопывание по плечу (patting one's shoulder), 50% - прикосновение к собеседнику, 50% - прикосновение к щеке или имитацию поцелуя, 10% - толчок в грудь, а 10% - крепкое объятие (big bear hug). Большинство участников эксперимента отметили, что при приветствии небольшой группы людей в неформальной обстановке обращаются с общим приветствием ко всем (60%) и, возможно, пожмут руку стоящему рядом (10%), а в формальной обстановке могут пожать руку каждому (50%), причем при рукопожатии для половины отвечавших не имеет значения, кому первому жать руку – некоторые начинают со стоящего рядом человека (30%), однако некоторые – с хозяйки или хозяина (10%) или с наиболее социально значимого в данной ситуации лица (10%).

Полученные данные позволяют заключить, что в ситуации приветствия, как и в случае коммуникативной ситуации знакомства, такие факторы как возраст и пол участников общения не являются релевантными. Не воспринимаются как коммуникативно значимые дистантные и ролевые отношения между собеседниками. Единственным фактором, который может оказывать влияние на выбор стратегий коммуникативного поведения информантов при приветствии, оказывается степень формальности ситуации общения. В целом же приветствие – одно из немногих в американской речевой культуре ритуализированных коммуникативных событий, для которого характерна высокая степень автоматизма коммуникативных действий его участников.

Знакомство

Знакомство в американском коммуникативном поведении осуществляется кратко и достаточно формально.

Ритуал знакомства включает в себя, помимо называния имени, несколько обязательных фатических действий как речевого, так и неречевого характера. После того, как были названы имена, собеседники обычно говорят Hello, nice to meet you (too) или Hello/Hi, одновременно пожимая друг другу руку. По мнению подавляющего большинства опрошенных американцев, эта модель действует независимо от пола, возраста и коммуникативного статуса собеседников, а также от степени формальности коммуникативной ситуации (только один из опрошенных предложил формулу How do you do? при общении с мужчинами и женщинами более старшего возраста).

Американский речевой этикет требует от говорящего представления адресату всех сопровождающих его знакомых людей. Во время знакомства после сообщения имени представляемого (This is John(Brown)/I am/My name is John(Brown)) адресат приветствует нового знакомого словами Nice/Pleased to meet you. How are you? В ответ собеседник обычно произносит Nice to meet you too. Эти приветствия сопровождаются рукопожатием, улыбкой и визуальным контактом.

Фраза How do you do? в американском общении предполагает ответ Fine, thank you, and you?

В Америке лучше не применять выражения How are you getting on?, так как это созвучно с getting it on = to make love. Фраза How are you holding up? употребляется в критической ситуации («как ты держишься?»)

На стандартные приветствия принято отвечать так:

Fine, thank you/thanks. And you?/What about you?

All right/O.K. What about you?

Can't complain. How are you doing?

В разговоре с друзьями употребляют What's new? (а не британский вариант What's the news? который используют тогда, когда собеседник ожидал какое-то важное известие).

Ответ может быть: Not much. Nothing. Not a thing. Not a darn\damn thing. Same old stuff. Same old crap! (грубо).

Знакомство и свидания – сложная проблема, где на нормы поведения накладывают отпечаток разнообразные этнические, религиозные, политические взгляды. Наиболее типичным местом знакомства являются работа и бар. Также существуют службы знакомств, существует понятие Blind Date – когда знакомые или родственники договариваются о свидании для двух незнакомых людей, или эти люди сами знакомятся по переписке или через брачные объявления.

Разговор при знакомстве на свидании обычно стереотипный: Have we met? Haven't we met somewhere before? I could swear I've seen you somewhere before! What's your sign? Did anyone ever tell you have the most beautiful eyes? (может произносить и мужчина, и женщина) Do you know you have a beautiful\great smile? What's a girl\woman like you doing in a place like this?

В эксперименте, посвященном изучению представлений носителей американского варианта английского языка о стратегиях речевого поведения в ситуации знакомства, приняли участие 16 информантов в возрасте от 20 до 70 лет, из них 9 женщин, 3 мужчин, 4 человека не указали своего пола. Результаты опроса показали, что в целом все респонденты готовы легко идти на контакт с незнакомыми людьми и считают возможным вести себя в ситуации знакомства достаточно непринужденно.

25% опрошенных ответили, что для них не существует ситуаций, в которых они не представили бы себя собеседнику, в то же время 65% считают, что в отдельных случаях знакомиться с людьми не обязательно. В их числе называют очень официальные или просто многолюдные встречи, общение с людьми, занимающими более высокое статусное положение (по мнению отвечающих, не принято представлять себя по собственной инициативе),

ситуации кратковременного общения с незнакомыми людьми в общественном транспорте, в очереди, на улице, либо в случаях, когда собеседник выглядит очень занятым.

25% опрошенных сказали, что не представляются тем, кто их не интересует. Тем не менее, абсолютное большинство (94,5%) отвечавших чувствует себя совершенно комфортно в ситуациях, когда им приходится представлять себя. Около половины из них обычно не ждут, когда их представляют собеседнику, и представляются сами, 30% ответили, что сначала ждут представления и лишь затем представляют себя. Обычно при этом говорят Hi/Hello, I'm ____ (68%) либо Hi, I don't think we've met. I'm ____.

В случае, если собеседник забыл их имя, все респонденты сказали, что легко и без проблем готовы представить себя снова, часто сопровождая это деталями (например, We met at the conference in September или I'm a friend of Joe), чтобы не смущать адресата. При этом было отмечено, что вопрос "Вы меня помните?" считается крайне невежливым, так как ставит собеседника в очень неловкое положение.

Около 70% респондентов готовы назвать себя незнакомым людям, с которыми общаются на собраниях, вечеринках, конференциях, в процессе долгого совместного ожидания, либо тем, кто им просто симпатичен. Интересно, что на вопрос, считают ли они своим знакомым человека, с которым разговаривали несколько раз, но имени которого не знают, половина опрошенных ответила утвердительно (другая половина – отрицательно).

Ритуал знакомства включает в себя, помимо называния имени, несколько обязательных ритуальных действий как речевого, так и неречевого характера. После того, как были названы имена, собеседники обычно говорят Hello, nice to meet you (too) или Hello/Hi, одновременно пожимая друг другу руку. По мнению подавляющего большинства респондентов, эта модель действует независимо от пола, возраста и коммуникативного статуса собеседников, а также от степени формальности коммуникативной ситуации (только один из опрошенных предложил формулу How do you do? при общении с мужчинами и женщинами более старшего возраста).

45% отвечавших (из них половина – женщины разного возраста) заметили при этом, что если во время представления на них надеты головной убор, солнечные очки или перчатки, они их снимают, 25% сказали, что снимают солнечные очки, а 13% - перчатки.

Кроме рукопожатия, в ритуал знакомства, по мнению всех опрошенных, непременно входит улыбка ("this is a must", по словам одного из информантов).

В случае, если во время знакомства они не расслышали или не поняли имени собеседника, все респонденты отметили, что готовы переспросить его еще раз, сказав Sorry, I didn't get your name. Could you say it again? (65%) либо I didn't catch your name?/What was your name again?/Say that again? (вопросительный знак обозначает специфическую восходящую интонацию произнесения) и даже I'm sorry, I've already forgotten your name. What was it again?

Темы, которые обсуждаются с новыми знакомыми после представления, по мнению опрошенных, могут быть достаточно разнообразными: работа (42,5%), контекст общения (30%), погода (25%), путешествия (20%), политика (13%), семья, место жительства и интересы собеседника (13%), общие друзья, образование (13%), последние новости, спорт (13%). Один респондент ответил, что в ходе такого разговора мог бы похвалить одежду, украшения и другие вещи, принадлежащие собеседнику, а один кратко охарактеризовал такой разговор как small talk – “светский разговор, разговор ни о чем”, явление, пришедшее в американское коммуникативное поведение от носителей британского варианта английского языка.

Новых знакомых подавляющее большинство опрошенных вряд ли сразу же пригласило бы к себе в гости (35% ответили определенно негативно, 50% – скорее негативно (usually not, probably not, rarely, not usually), и только 15% отметили гипотетическую возможность такого приглашения (perhaps, possibly)). При желании продолжить общение с новыми знакомыми респонденты предпочитают приглашать их куда-нибудь для совместной деятельности (invite them to an activity – 65%).

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что участники эксперимента не рассматривают ситуацию знакомства как формальное/официальное речевое событие, хотя и представляют его как определенный ритуал, включающий обязательные действия речевого и неречевого характера. При этом такие факторы, как возраст и пол участников общения не воспринимаются информантами как значимые в отношении как верbalного, так и неверbalного поведения – коммуникативно-ролевое поведение собеседников обоего пола представляется в этой ситуации симметричным. По нашему мнению, результаты опроса свидетельствуют, что коммуникабельность и достаточная легкость в установлении контакта можно считать нормой американской речевой культуры, однако они не дают оснований распространять эту оценку на более длительные и глубокие отношения.

Поддержание коммуникативного контакта

Поддержание коммуникативного контакта во время верbalного общения, как правило, осуществляется визуально (собеседнику принято "смотреть в лицо", но не прямо в глаза, а, скорее, в верхнюю часть лица). Важным моментом при этом является следование правилам "переключения коммуникативного хода"(turn-taking), главное из которых – требование не перебивать собеседника, дать ему закончить свою реплику.

Необходимо поддерживать собеседника контактподдерживающими средствами – употреблять междометия Wow/Boy и вопросы типа Is it?/Really?

Формой поддержания коммуникативного контакта является также уже упомянутый выше small talk.

Прекращение коммуникативного контакта

Особенностью прекращения контакта в американском коммуникативном поведении можно считать практику плавного введения разговора в фазу завершения. То, как это делается в русской речевой культуре, кажется американцам слишком резким: "Ну, пока/ Ну, все/ Ну, я пошел" и т.п. Американцы делают это дальше, 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, как правило, произносит что-нибудь вроде Well, I'm afraid I have/need to go now и затем переходит непосредственно к фазе размыкания контакта, используя для этого *формулы прощания*, употребляющиеся "зеркально" (Good bye/Bye for now/I'll see you (soon)/See you...(next week/Sunday/tomorrow/later etc.), часто предваряя их фразами It was nice talking to you/seeing you/meeting you.

Прежде, чем уйти, многие американцы пару раз посмотрят на часы или, изображая усталость, могут произнести: Well, it's getting kind of late. Well, I really should be going. Well, I'd better get going. Well, I've got to run. Well, it's time to be going \I should be running along.

Уходя из гостей, принято выразить благодарность: It was really nice to see you. We had a really nice time tonight. It was a lovely dinner, thank you so much for having us. We'll have to do this again (at our place). Thank you for a delightful\lovely evening (этую формулю предпочитают женщины).Thank you so much for everything.

Расставаясь, хозяин или хозяйка могут протянуть руку для рукопожатия. В случае, если этого не происходит, гость-мужчина сам подаст руку хозяину, но не хозяйке дома. Гость-женщина может протянуть руку для рукопожатия и хозяину, и хозяйке.

На прощание можно сказать good bye, хотя это звучит очень официально. Good night произносится, когда на улице уже темно. Общепринятыми являются следующие формулы: I'll (We'll) be seeing you. Bye, it's been a lot of fun.Bye for now.So long.Bye you all.Take care (of yourself\yourselves)!

В семьях при прощании очень распространено love you!

Некоторые американцы не любят говорить "до свидания", а предпочитают: Give my regards to...! Say hello \ hi to ... for me. Give my love to... for me. В ответ, вместо слов прощания, можно сказать: Thank you, I will! Don't worry, I will! I (sure) will! Count on it! You bet! \ You can bet on it!

Помимо собственно формул прощания, в зависимости от содержания ситуации общения в финальной ее фазе могут использоваться: *пожелания напутствия* (например, Have a safe journey/Have a good time/Enjoy your trip); *выражение благодарности* (например, Thanks for having us/for a lovely/wonderful evening/meal/time etc. – It was a pleasure/Thanks for coming, etc.).

Отъезжающим также можно сказать: Have a nice trip! Have fun! Take care! Bon voyage. Be careful! Stay out of trouble! Don't do anything I wouldn't do.

В сфере обслуживания (в магазине, банке, кафе, ресторане, на бензозаправке и т.п.) персонал принято всегда благодарить коротким thank you/thanks – в этом случае, помимо выражения благодарности, эта формула

часто служит и формулой размыкания контакта (прощаться с персоналом в этих случаях не принято). В ответ клиент получает сопровождаемое улыбкой *thank you*.

Все описанные выше ритуализованные коммуникативные ситуации требуют строгого следования нормам речевого этикета – отклонение от этих норм расценивается носителями языка как грубость по отношению к собеседнику и затрудняет дальнейшее общение.

Прекращение коммуникативного контакта в соответствии с принятыми этикетными нормами – достаточно жесткий императив в американской коммуникативной культуре.

Модификация поведения и эмоционального состояния собеседника

Модификация поведения собеседника – черта коммуникативного поведения, существенно различающая разные коммуникативные культуры. Модификация поведения собеседника проявляется в предъявлении ему тех или иных просьб об изменении поведения, указаниях, замечаниях, настаивании на выполнении своей просьбы или требования и т.д.

Важной составляющей модификации поведения собеседника является *коммуникативное давление*. Под коммуникативным давлением понимается прямое вторжение говорящего в личную сферу собеседника в процессе достижения говорящим той или иной коммуникативной цели. Коммуникативному давлению противостоят формы модификации поведения и состояния собеседника, которые могут быть названы *косвенными* – просьба, совет, намек, недоумение, критика, упрек, призыв, предложение, недоумение и др.

В американском общении для оформления речевых актов просьбы, совета чаще всего используются вопросительные конструкции. Вопросительность является важным средством смягчения категоричности коммуникативного давления.

При выражении просьбы американцы проявляют высокую вежливость, рассматривая просьбу как форму вторжения в личное пространство собеседника. Формул вежливой просьбы очень много, причем чем длиннее и многословнее формула, тем она вежливее. Приведем примеры просьб, расположенных от менее вежливых к более вежливым:

Will you repeat the question, please?

Can you repeat the question, please?

Would you repeat the question, please?

Could you repeat the question, please?

Would you mind repeat the question, please?

Would you mind terribly repeating the question, please?

Could you possibly repeat the question, please?

Could I possibly trouble you to repeat the question, please?

Would it possibly be too much trouble to repeat the question, please?

Специфика американского коммуникативного поведения состоит в том, что в его структуре нет речевых актов призыва и замечания

Речевой акт призыва отсутствует, поскольку ситуация модификации поведения большой группы людей для американского общества нехарактерна. Соответственно, отпадает необходимость в существовании речевого акта призыва.

Замечание как особый речевой акт в американском общении также не обнаруживается. Корректируя поведение детей, американцы используют различные виды директивных, реже - экспрессивных речевых актов, либо речевой акт совета; в американской школе, в отличие от русского повелительного "читайте", указание учителя звучит *would you...? Would you like...? Would you mind...?* Чтобы успокоить шумных учеников, учитель-профессор скажет: *Hey, guys, would you mind keeping it down. Could I ask you to do me a favor?*

Взрослые же коммуниканты с равными социальными статусами никогда не корректируют поведение собеседника, поскольку это может быть расценено как нарушение суверенитета личности. При вертикальном же общении смысл замечания передается косвенными средствами: американцы чаще пользуются речевыми актами совета, распоряжения, приказа, намека. Речевой акт требования в американском общении используется, но сравнительно редко.

Для побуждения адресата к совершению физического действия или его прекращению могут быть использованы как директивные, так и недирективные речевые акты: *Move away from her, /требование/; Young man! I think we have a problem, /намек/*.

Для модификации эмоционально-психологического состояния собеседника носители американской коммуникативной культуры, как правило, прибегают к речевым актам совета или обещания: *Oh, don't worry, Harry, /совет/; It's okay. It's gonna be okay... Everything is going to be just all right, /обещание/*. Возможно также использование вопросительных и повествовательных конструкций: *Why do you do it? I told you not to do it.; Will you relax, please? They're gonna love you, I know; Brush the teeth. Hang up the towel and flush the toilet.*

Для американского коммуникативного поведения характерен подход к императиву как к форме невежливого общения. Именно эта "невежливость" императива в ситуации общения людей с неравными социальными статусами обеспечивает наличие других языковых средств, способных адекватно реализовывать коммуникативную интенцию говорящего.

Наиболее частотными в американском общении способами осуществления модификации поведения и эмоционального состояния собеседника являются:

- прием волеизъявления, который практически отсутствует в российском общении: *I want you to repeat what you said. (приказ); I wish you'd tell me. (просьба); I don't want to hear another word against him. Not another word. (запрет)*
- прием наложения на адресата моральных обязательств: *Kevin, Kevin, honey, you should be watching this; Operator, you'll simply have to retrace that call at once.*
- использование мотивов и стимулов: *Come back here and help me. The bus is going to be here in a minute and we gotta have things ready. (мотив); I think they're eating now. You better hurry. (стимул)*

- одновременное использования нескольких типов речевых актов в одной реплике.: *If Tito is not home or he is sleeping, shut the phone! Do not talk to that woman!* (распоряжение + запрет); *But why are you skulking like a mouse in the corner? You've nothing to be ashamed of.* (недоумение + совет); *You be careful. People in masks can not be trusted.* (совет + мораль)

Для американского коммуникативного поведения нехарактерно использование экспрессивных речевых актов с целью модификации поведения собеседника. Речевые акты недоумения и возмущения составляют в американском общении лишь 1,5 % и 0,7% от речевых актов модификации поведения собеседника - в американской культуре открытое выражение негативных эмоций к кому бы то ни было вообще не является нормой.

В целях изменения эмоционально-психологического состояния адресата американские коммуникаторы отдают приоритет совету и обещанию.

Речевой акт совета в американском общении – трудный речевой жанр. У американцев давать совет собеседнику – рискованное дело. Американцы высоко ценят свою независимость и могут расценить совет как покушение на нее, поэтому совет, хотя и является сам косвенной формой модификации поведения собеседника, в реальном американском общении часто еще дополнительно смягчается.

В общении американцы обычно избегают фраз: *Let me give you some advice. Let me give you a piece of advice. Listen to me.* Обычно используются более мягкие формы: *If I were you, I would... I think you should... Why don't you... I advise you to... I suggest that you should... Maybe you should... It wouldn't hurt you to... It wouldn't kill you to... Could I make a suggestion? Would you mind if I made a suggestion? Would you like me to show you how to... Would you like me to give you...? Would you like to know how...? I have an idea if you'd like to hear it?*

Из советов американцы больше всего любят давать друг другу советы по лечению и диете.

Критика как форма модификации поведения собеседника используется американцами не менее осторожно, чем совет. В принципе американцы стараются избегать критики собеседника, либо всячески ограничивать критику ссылкой на свой личный опыт, свое сугубо личное мнение.

Американцы, к примеру, считают необходимым вежливо отзываться о местах и людях, которые они посещают в качестве гостей или туристов. Если им что-то не нравится, они предпочитают не говорить ничего, чем критиковать (Stevenson,1987 с. 108). В некоторых культурах считается нормой сказать: "Нет, это не так" или "Я думаю, ты не прав" даже в тех случаях, когда ты не очень хорошо знаешь собеседника. Когда же американец хочет поправить кого-то, он, прежде чем не согласиться, начинает со "смягчающих" выражений типа "Да, но...", "Я думаю...", "На самом деле...". Например: "Я думаю, вы может быть не правы", делая ударение на слове "может", а не на слове "вы" (Levin et al, с.85).

Таким образом, основными средствами модификации поведения и эмоционального состояния собеседника в американском коммуникативном поведении выступают (в порядке убывания частотности): просьбы, советы,

распоряжения и приказы. Менее частотны, но, тем не менее, используются в ряде ситуаций: требования, запреты, предложения, намек. Остальные средства модификации поведения и эмоционального состояния собеседника (речевые акты возмущения, упрека, недоумения) используются крайне редко; как уже отмечалось, отсутствуют в американском общении специализированные речевые акты призыва и замечания.

Ведение спора

Американцы считают правильным открыто выражать свое мнение, прямо высказывать то, что они хотят от других людей. Умение открыто выражать свое мнение (*assertiveness*) можно выработать, посещая специальные курсы.

В споре американцы предпочитают вести себя спокойно, жестикулировать как можно меньше и говорить негромко, критиковать конструктивно, не обижая собеседника. Они считают, что лучший способ разрешения конфликтов и споров - открытые переговоры вовлеченных в конфликт сторон. Вовлечение в конфликт третьей стороны, посредников считается неумением открыто отстаивать свои позиции (Althen, с. 17- 24).

Приглашение и планирование

Черты характера, присущие большинству американцев - расчетливость, организованность, четкость, пунктуальность, обязательность и исполнительность. Реализация этих качеств требует детального планирования американцами своего времени.

Был проведен опрос группы американцев по проблемам планирования ими своего времени. (12 человек - 2 мужчины и 10 женщин). Результаты опроса показали следующее.

Сроки планирования

Согласно опросу, большинство американцев предпочитают планировать свою жизнь на неделю, но определенные планы строятся на месяц или даже год. На короткий срок планируется покупка еды, вечеринки, работа, отпуск, составляется план на день. На длительное время планируется работа, поездки/отпуск/путешествия, сбережения, выход на пенсию.

Возможность отмены запланированного мероприятия, встречи

Большинство американцев считают возможным внести изменения в запланированную встречу в последний момент (если это необходимо, изредка, только с друзьями). Некоторые думают, что это возможно только в случаях крайней необходимости, жизненно-важных ситуациях.

Многие американцы говорят, что можно мотивировать отмену запланированной встречи серьезным заболеванием, смертью родственника. Некоторые также указывают погодные условия, конфликты на работе, незапланированную срочную работу как возможные причины, которые можно привести для отмены запланированного мероприятия. Двое из опрошенных

посчитали, что подойдет любое оправдание. Отменять приглашения необходимо устно и, по возможности, скорее. Существует разница между официальными и неофициальными ситуациями. Более приемлемым считается отмена неофициальных мероприятий с близкими друзьями, чем официальных встреч.

Не считается хорошим тоном отменять встречи в последний момент. Но люди отнесутся к этому с пониманием, если на это есть уважительная причина, а особенно, если событие повседневное и обычное, например, встреча с друзьями, с которыми часто общаясь. Чем более значимое событие, тем менее приемлема его отмена.

Планирование в деловой сфере

Бизнес стоит у американцев на первом месте. В единицу времени американцы стараются выполнить максимальное количество дел, поэтому им присущ напряженный ритм жизни. Данные проведенного опроса показывают, что бизнес обычно стратегически планируется на год, более детально - на месяц. О деловых встречах также принято договариваться хотя бы за месяц, так как ближайшее будущее времени партнера, как правило, уже запланировано.

Всю информацию принято фиксировать в записной книжке. Для американцев не типично вносить изменения в планы, особенно если это может затронуть интересы партнера. Деловые встречи, намеченные на ближайшее время (неделя), переносятся только в экстренных случаях, о чем обязательно информируется затронутая сторона. Мероприятия тщательно продумываются: участники заранее получают распечатки содержания - точное время начала и конца встречи, ее суть, обсуждаемые вопросы. Благодаря этому встречи проводятся динамично, быстро достигается результат.

Даже прием делегации в обыкновенном кафе, по словам очевидцев, может быть детально распланирован и выдерживается с точностью до минуты.

Многие американцы считают необходимым высыпать уведомление о предстоящей официальной встрече. Письменные приглашения нужны для традиционных, деловых и официальных приемов, например, свадьбы.

Для американцев нетипичны опоздания на работу. Если же американец опаздывает в силу каких-либо обстоятельств (например, попал в " пробку"), то он предупреждает об этом своих коллег (посредством телефона или других средств коммуникации).

Планирование в неофициальной сфере

Американцы, как правило, планируют и свои неофициальные дела и встречи. Многие пенсионеры и домохозяйки придерживаются определенного распорядка дня и ведут записные книжки. Сопровождающий русских детей в поездке по Америке отметил, что в условиях четкого американского режима их поведение заметно изменилось. Дети стали более обязательными, пунктуальными, исполнительными.

В силу напряженного ритма жизни американцы не могут позволить себе неожиданных приемов гостей. Поэтому даже близкие родственники обычно предупреждают свой визит телефонным звонком.

Для приема гостей заранее планируется количество приглашаемых и меню. При подготовке празднования семейных торжеств (дни рождения, помолвки, свадьбы) принято посыпать пригласительные открытки, на которые также письменно отвечают. Русские туристы были удивлены, когда американка, у которой они гостили, послала письменное приглашение на празднование пятилетия своей дочери соседям и получила на него письменный ответ.

Устно приглашают на неформальные или “случайные” встречи. Например, поход в кино, спортивные события, лишние билеты на концерт, в театр, незапланированный обед. Электронная почта становится популярным способом получать и отвечать на неофициальные приглашения.

Американцы, как правило, не приглашают в гости спонтанно. Они считают возможным пригласить кого-то в последнюю минуту, но это нежелательно: “возможно в редких случаях и по основательной причине”, “только в результате особых обстоятельств” и т.д. Некоторые американцы отмечают, что чем более неофициальное событие, тем легче пригласить в последнюю минуту. Считается неуважительным приглашать кого-либо в последнюю минуту, когда остальные были приглашены заранее.

Пунктуальность соблюдения сроков

Для разных событий существуют разные “правила пунктуальности”. В основном, американцы считают, что всегда необходимо приходить вовремя. На встречу с друзьями (не связанную с работой) можно слегка опоздать, в зависимости от обстоятельств. Один из опрошенных отметил, что нельзя опаздывать в гости, если вы приглашены на обед.

В Америке вы можете прийти раньше на встречу, касающуюся работы, на встречу с друзьями в публичных местах (например, в ресторан, в кино, в театр). Но будет нелепым прийти в гости раньше, чем приглашен. Гость может поставить хозяина в неловкое положение, так как тот может быть еще не готов к приему гостей.

Ответ на приглашение

В Америке принято отвечать на любое письменное приглашение как можно скорее. В некоторых письмах можно увидеть буквы R.S.V.P., означающие “пожалуйста, ответьте”. Такие приглашения требуют обязательного ответа, но даже если подобная просьба не включена, считается вежливым сообщить хозяину или хозяйке, о вашем согласии или отказе на приглашение. Если дан номер телефона, можете перезвонить, но лучше написать короткую записку с выражением ваших сожалений и извинений.

Большинство приглашений делается американцами персонально или по телефону. Если собеседник принимает приглашение, принято обязательно уточнить четыре пункта: 1) день недели, 2) дату, 3) время, 4) место. Рекомендуется проверить, правильно ли вы поняли объяснения хозяина, повторив еще раз его собственные слова. В этом случае говорят что-либо типа: “Дайте мне убедиться, что я понял все правильно: вторник, 11 января, 7.30, у вас дома”.

Считается невежливым принять приглашение, а затем не явиться, предварительно не предупредив хозяев. Это можно сделать по телефону, кратко объяснив причины отказа и извинившись. Хозяева могут пригласить кого-нибудь еще вместо вас.

Благодарность

Выражение благодарности ожидается американцами во всех ситуациях, когда в отношении говорящего было совершено какое-либо бенефактивное действие (помощь, услуга, подарок, комплимент и т.д.).

Формулы выражения благодарности разнообразны, но обязательно включают в себя Thank you/Thanks/I appreciate... в сочетании с различного рода интенсификаторами (Thanks a lot/Thank you ever so much/I really appreciate your help, etc.).

При выражении благодарности за подарок, его обязательно разворачивают, рассматривают и хвалят. Реакция на благодарность со стороны адресата так же обязательна – в ответ на Thank you всегда требуется сказать что-либо вроде You are welcome/My pleasure/It's alright etc.

Это относится и к ситуации, когда делается комплимент: получивший комплимент обычно благодарит за него, а тот, кто сделал комплимент, часто реагирует на благодарность (You are welcome).

Традиция Tit for tat, или услуга за услугу, представляет собой одну из форм благодарности. В обществе нет особых жестких правил по поводу форм такой благодарности. Можно прийти в гости с бутылкой вина (если вы знаете этих людей и их вкусы), букетом цветов. Можно оплатить ланч и т.д. Можно вежливо отклонить попытку оплаты Ваших услуг: That's really thoughtful of you but not at all necessary. That's really kind of you but you certainly don't have to.

Настаивать не принято, хотя можно услышать: Yes, but you've been so kind and I want to show my gratitude.

Извинение

Извинение ожидается американцем во всех случаях, когда в отношении адресата извинения говорящим было совершено какое-либо негативное действие. Базовой формулой извинения в этом случае служит Sorry (I'm (really)sorry(for...)). В ответ, как правило, говорят It's ok/Never mind.

Формула Excuse me употребляется инициативно для привлечения внимания незнакомого собеседника (в ситуации контактоустановления), при перебивании речи собеседника с намерением вмешаться (нарушение правила смены коммуникативного хода) и в качестве просьбы освободить дорогу.

При просьбе освободить дорогу, при движении “против течения” извинение в американском коммуникативном поведении носит опережающий характер. Американцы извиняются за возможные неудобства, которые они могут доставить другому человеку, а не только за уже совершенное, за уже доставленное неудобство.

Общепринятым выражением извинения является Excuse me. Pardon me – более официальная форма .

Отметим, что формула Pardon?/I beg your pardon?, произносимая с характерной восходящей интонацией, используется при переспросе в качестве просьбы повторить сказанное.

Извинение используется в следующих ситуациях:

При выходе из лифта, автобуса, поезда и при проходе через толпу людей; Если Вы не расслышали или не поняли собеседника;

При обращении к незнакомцу, извиняясь за беспокойство;

При необходимости прервать говорящего: Excuse me, please, would you mind repeating that...?

Если вы стучите в дверь кабинета с целью задать вопрос;

Если, передавая тарелку с печеньем, вы неожиданнороняете ее: Oops! Sorry about that. Boy am I a klutz! (klutz – неуклюжий человек) Oops! My fault, my fault! Sorry! Sorry! Sorry!

Если вы наступили на ногу кому-нибудь: Oh, I'm sorry, are you okay?

Если вы опоздали по уважительной причине: I'm really sorry for being late;

Если вы ждете гостей и у Вас подгорело основное блюдо: Folks. I'm terribly sorry about this but the goose is really cooked this time;

В более серьезных случаях: I owe you an apology for what I said the other day. I real regret what I said the other day;

Неверный муж\жена обращаясь к своему\своей супругу\супруге: Please forgive me for what I did;

Верующий в Бога: Father \God forgive me...(for what I did).

В других ситуациях forgive me , как правило, не употребляется.

Некоторые американцы используют: "Извините", если сообщают плохую новость. Американцы имеют в виду: "Я сожалею, что так случилось. Я сочувствую вам". В таких случаях это не извинения в прямом смысле (Levin et al, с.207).

Поздравление

Как уже отмечалось при описании коммуникативных императивов, поздравления в США приняты в следующих случаях: свадьба, помолвка, получение новой работы или продвижение по службе, рождение ребенка, окончание школы (университета). Как правило, такие поздравления посылаются письменно. Поздравления в устной форме допустимы только в дружеском общении.

Результаты опроса американцев (10 человек, 4 мужчин и 6 женщин, высшее образование, возраст 20-80 лет) показали, что обязательными являются следующие поздравления:

а) с днем рождения - поздравляют фразой Happy birthday! Слово Congratulations! в данной ситуации не используется (10 респондентов);

б) с рождением ребенка (10 чел.);

в) с повышением по службе: да - 8, возможно - 1, нет - 1 чел.;

- г) помолвка: да - 9, на ваше усмотрение - 1 чел.;
- д) со свадьбой (10 чел.);
- е) по случаю Рождества: да - 3, на ваше усмотрение - 1, нет - 4, greeting, not congratulation - 2 чел.
- ж) по случаю других праздников: респонденты предложили следующие праздничные дни: Пасха, Новый год, День благодарения.
- з) прочие поводы для поздравления: окончание школы / университета, годовщина свадьбы, выздоровление, развод.

Отметим, что вопрос о Рождестве смущил отвечавших, поскольку в английском языке слово *congratulations*, как было переведено русское слово “поздравление”, не используется по отношению к праздникам. Для праздничных поздравлений используется слово *greetings*. *Greetings* традиционно используются на Рождество (*Merry Christmas*), если говорящие - христиане.

В общем виде приблизительное правило использования слова *congratulations* таково: его используют в тех случаях, которые рассматриваются как достижение. Так, повышение по службе, окончание учебы или получение награды - хороший повод для поздравлений. Годовщины свадьбы или рождение ребенка тоже можно рассматривать как своего рода достижения. Дни рождения и праздники достижениями не являются. В этих случаях уместны благопожелания в форме “Happy_____”.

По какому поводу американец может поздравить незнакомого человека?

Среди таких поводов: победа в спортивном соревновании, получение гражданства, получение работы в той организации, где вы работаете, окончание учебного заведения.

Можно поздравлять незнакомых людей и с праздниками типа Рождества, Дня Благодарения, Нового года. Такое мнение высказали 6 чел. Четверо считают поздравление незнакомых с праздниками неуместными.

Соболезнование

Выражая соболезнования, американцы предпочитают не использовать слова “умер, смерть”.

В США принято посыпать родственникам умершего открытку соболезнования - *Sympathy Card*. Это открытка с короткими стихами о том, что мы помним умерших. Обычно такую открытку подписывают и добавляют еще несколько слов: Please, accept my\our deepest sympathy...; Please know that we are thinking of you in this difficult time...; Please accept our heartfelt condolences...; Please know that our prayers are with you and your family; We were so sorry to learn that...; We were so sorry to hear about your loss...

Придя на похороны, у американцев принято подойти к родственникам умершего, выразить соболезнование и предложить помочь.

Произнесения фраз типа *What a grievous loss!* *What an irretreivable loss!* *What a terrible loss!* *You must feel terrible!* *How painful!* на похоронах стараются избегать, так как они могут усугубить самочувствие близких.

Комплимент

С точки зрения представителей многих коммуникативных культур, американцы говорят очень много комплиментов. Для многих культур большое количество комплиментов выглядит неискренним. Например, большинство японцев считает, что американцы говорят слишком много комплиментов. Американка делает комплимент как минимум раз в день, японка не чаще, чем раз в неделю (Levin et al, с.22).

В американском коммуникативном поведении широко распространен комплимент для установления контакта с собеседником, в русском он используется в такой функции редко и не является эффективным средством установления контакта.

Принято избегать фраз, подвергающих сомнению сделанные комплименты (в русском коммуникативном поведении это, наоборот, принято)

На комплимент принято отвечать благодарностью: Thank you (so much)! Why, thank you! What a nice thing to say! (женщинам) Thank you! You too! The same to you. Нередко используются шуточные реакции на комплимент: Will\Would you put that in writing? Can\Could you put that in writing? Will\Would\Can\Could you say that in front of some witnesses? Oh, say that to me one more time. I love hearing it.

В официальной обстановке у американцев не приняты комплименты по поводу внешности или манеры одеваться, особенно представителям противоположного пола. Считается, что это может быть расценено как проявление sexual harassment (сексуального домогательства).

Публичная речь

Американский лектор ведет себя в аудитории весьма неформально, неакадемично. Особенno это относится к современным молодым преподавателям и преподавателям среднего возраста, старшее поколение ведет себя более традиционно.

Американские ораторы любят выступать с трибун и возвышений, не любят говорить с публикой, находясь на одном уровне с ней. Американские ораторы не любят ходить по аудитории и особенно – углубляться в аудиторию.

Американская аудитория любит, когда ее развлекают. Им трудно выслушивать серьезную информацию более пятнадцати минут. Возможно, воспитанные телевидением, где через каждые десять минут идет реклама, американцы ожидают развлекательной информации и от говорящего. Таким образом, хорошему лектору нужно уметь развлекать американскую публику.

Американский оратор или лектор должен постоянно отпускать шутки и остроты, иначе его выступление не запомнится слушателям и не будет признано удачным.

3.Американское вербальное поведение

в коммуникативных сферах

Коммуникативные сферы – это в широком смысле предметные ситуации, в которых проявляется национальная специфика коммуникативного поведения.

Коммуникативные сферы отличаются от стандартных коммуникативных ситуаций своим объемом и гораздо меньшей структурированностью, меньшей жесткостью действующих в их рамках коммуникативных правил и норм коммуникативного поведения. Формы и нормы коммуникативного поведения, действующие в рамках коммуникативных сфер, более разнообразны и менее жестко регламентированы, чем в рамках стандартных коммуникативных ситуаций, в коммуникативных сферах меньше жестко регламентированных речевых формул и больше коммуникативной вариативности.

Описание коммуникативного поведения в рамках коммуникативных сфер предполагает большую свободу изложения и меньшую заданность описание готовыми моделями, чем описание коммуникативного поведения народа в стандартных коммуникативных ситуациях.

Общение со знакомыми

Общение со знакомыми у американцев опосредовано важным для их менталитета понятием привати (privacy). Это - независимость, неприкасаемость внутреннего мира человека, определенная дистанцированность от других как желанное состояние личности.

У американцев не принято жаловаться знакомым на личные неприятности, поскольку только сам человек ответственен за ту ситуацию, в которой он оказался. Спросить совета у знакомого не возбраняется, но окончательное решение американец должен принять сам. От американца можно часто услышать такие фразы: “Тебе решать”, “Никто не позаботиться о тебе, если ты не сделаешь этого сам”, “Думай своим умом” и т.д. Говорят и так: “Это твои проблемы”, “Не “вешай” на меня свои проблемы” и под.

Общение приятелей/знакомых с точки зрения американца должно быть удобным для обеих сторон и не нарушать, несмотря на определенную степень близости, границ дозволенного, не быть в тягость.

Так, о встрече знакомых у кого-либо дома принято договариваться заранее, спонтанные визиты не приветствуются (исключение - несчастные случаи, посещения больного). Визиты обычно не должны наноситься ранее 9.30 утра и после 9 часов вечера (исключение - вечеринки, устраиваемые хозяевами) и в неудобное для хозяев время. Аналогично, звонить своему знакомому после 9 часов вечера можно лишь при уверенности, что подобный поздний звонок никому не причинит неудобства.

Каких-либо ограничений относительно тем, обсуждаемых между знакомыми по телефону, не существует: можно говорить обо всем, учитывая сложившийся уровень близости.

Общение с незнакомыми

Говоря об общении американцев с незнакомыми людьми и учитывая концепт “прайвеси”, необходимо отметить, что это общение весьма ограничено.

Как показал опрос, американец в целом общителен, но с незнакомым человеком трудно устанавливает контакт. Для большинства американцев, чтобы заговорить с незнакомым, обязательно необходимо наличие какого-либо общего опыта с потенциальным собеседником. Большинство, тем не менее, не считает, что заговаривать с незнакомым невежливо, это просто не принято. Возможно, это связано с тем, что Америка – прежде всего страна деловых людей, где каждый вынужден прокладывать себе дорогу сам и привык видеть в любом человека потенциального соперника и конкурента.

В северных и малонаселенных штатах, например, Вайоминг или Айдахо от встречного незнакомого человека еще можно услышать приветствие «Здравствуйте, незнакомец!» В этих словах – готовность к знакомству, добре расположение. В южных штатах надо дважды подумать, прежде чем затеять с кем-либо разговор, особенно вечером.

Те, кто имеют доходы от продажи чего-либо (услуги, товара и др.), вынуждены улыбаться и быть приветливыми с незнакомыми, ожидая, что те станут покупателями – это профессиональная вежливость к клиенту.

На улицах с незнакомцами американцы заговаривают крайне редко (исключением является ситуация, когда вы вынуждены спросить или объяснить, как добраться до определенного места)

Приемлемо спрашивать незнакомцев о времени, о том, как добраться до определенного места. Американцы могут придержать дверь для незнакомого человека, редко – присмотреть за его вещами или занять место в очереди, например, на автобус. Вообще обращаться к незнакомым с просьбой последить за вещами, а также сохранить ваше место в очереди не принято.

Американцы практически никогда не по своей инициативе не уступят место в общественном транспорте незнакомому человеку, не помогут донести тяжелые сумки. Если человек нуждается в помощи или хочет что-либо спросить, люди, работающие в отелях, магазинах, ресторанах и т.п., конечно, помогут ему в ответ на его просьбу. Но необходимо всегда сообщить, что вы нуждаетесь в помощи, иначе американцы могут просто не заметить вас, так как заняты размышлениями о своих собственных проблемах. Очень немногие не ответят вам с готовностью. Если это произойдет, не падайте духом, попросите кого-нибудь еще. Большинство американцев любит помогать незнакомым людям в случае нужды.

С незнакомыми детьми допустимо заговаривать, только если последние находятся под присмотром родителей. Иначе угощение конфетой, например, может быть расценено как домогательство.

Допустимо общение с незнакомыми, скажем, в баре, на деловых встречах, где важно завести “связи”, на занятиях в школе/колледже, в парках, куда родители приводят детей и т.д. Обычно подобное общение сводится к обсуждению общих тем и никогда не переходит рамки личного.

Не принято разговаривать с незнакомыми в лифте. Оказавшись с незнакомыми людьми в лифте, вы можете сообщить им только нечто чрезвычайно важное, что может быть полезным для них, иначе ваш поступок расценят совершенно негативно.

Проведенный опрос показал, что для американцев приемлемо заговорить с незнакомым во время долгого путешествия. Подходящие темы – погода и текущие события. Неприемлемы при этом личные темы и политика. Возможно также общение случайных попутчиков, например, в поезде.

Большинство американцев, допускающих общение с незнакомыми, вместе с тем, никогда не предложили бы им угощение во время собственной трапезы – например, в поезде, автобусе, в самолете.

Большинство американцев, судя по их ответам, могли бы сказать незнакомому человеку о том, что он забыл что-либо, а также о том, что у него загрязнена одежда.

Фактор возраста незнакомого, с которым американец мог бы заговорить, для большинства роли не играет, хотя очень многие предпочли бы заговорить с молодым, поскольку “старики любят рассказывать о своих проблемах”.

Общение с друзьями

В таком подвижном обществе, как в США, дружеские отношения могут быть тесными, крепкими, щедрыми и истинными, но быстро сойти на нет, если изменятся обстоятельства. Американцы могут обмениваться поздравлениями на Рождество, возможно, даже напишут друг другу пару писем – и все. Если же жизнь сведет их вновь, даже много лет спустя, дружеские отношения к взаимному удовольствию могут возобновиться. Зачастую это ставит в тупик тех, кто, живя в другой стране, привык к тому, что дружеские отношения развиваются медленно, но могут потом продолжаться на протяжении всей жизни с взаимными обязательствами, распространяющимися практически на всех членов обеих семей.

В США можно свободно и без стеснения посещать дома знакомых вам людей, участвовать в их вечеринках и семейных праздниках, получать удовольствие от общения с ними и их домочадцами, без опасения, что тем самым вы принимаете на себя в отношении них какие-либо длительные обязательства. Принято не колеблясь принимать чьи-либо гостеприимные приглашения, даже если вы не можете отплатить тем же самым. Никто этого и не ожидает. Американцы получают удовольствие от осознания собственного радушия и гостеприимства и будут рады, если вы с благосклонностью примите их.

Воспринимая себя суверенными личностями, ответственными за свои поступки, американцы точно так же относятся и к другим. Понятие “дружба” в американской культуре носит несколько иной оттенок, чем у русских. Говоря о дружбе, американцы скорее всего имеют в виду приятельские отношения. Американское общение с друзьями носит достаточно поверхностный, формальный характер и сводится преимущественно к совместному проведению свободного времени.

Общение между мужчинами и женщинами

На коммуникативное поведение современных американских мужчин и женщин накладывает заметный отпечаток современная общественная ситуация в США.

В 60-е годы XX-го столетия в США произошла своеобразная социальная революция, именуемая Женское Освободительное Движение (Women's Liberation Movement). Одной из целей этого движения было обеспечение женщинам равных с мужчинами прав на получение образования и продвижение по службе. Благодаря этому движению американки коренным образом изменили свое положение в обществе и даже стали “более равны” в своих правах, чем мужчины. Женщина может подать иск в суд о том, например, что мужчине было отдано предпочтение при предоставлении какой-либо должности, хотя у них были равные квалификации.

При общении с женщиной американец соблюдает осторожность: он может попасть под суд, если, с точки зрения женщины, не так посмотрит на нее. Сейчас есть ряд законов, которые защищают женщин от дискриминации, от сексуальных домогательств (sexual harassment). Американка может подать в суд на начальника (включая президента) за сексуальные домогательства. Американка может трактовать даже приглашение в кафе как сексуальное домогательство. Американские начальники теперь специально оставляют открытой дверь в свой кабинет, если беседуют там с приглашенной ими сотрудницей и даже сотрудником.

Женская борьба за равенство изменила правила этикета: американцы не пропускают женщину вперед, не подают пальто, не предлагают помочь донести тяжелые вещи, не уступают места. Американки сами платят за себя в кафе, кино. По поводу женщины нельзя пошутить или, тем более, грязно выругаться – полиция этого не простит.

Изменившееся положение американской женщины внесло неразбериху в общение между мужчинами и женщинами. Раньше, когда мужчины рассматривались как “сильный пол”, этикет требовал от них покровительственного отношения к женщинам, к так называемому “слабому” полу. Это значило, что следовало помочь даме надеть/снять пальто, зажечь сигарету, открыть перед ней дверь, пропустить женщину вперед и т. д.

Сегодня американки, которые живут на семь лет дольше мужчин, не считают себя слабым полом, и в общем, не чувствуют необходимости в мужской опеке. Их самостоятельность привела к тому, что американские мужчины задают себе вопрос: “Надо ли придерживаться традиционного этикета в отношениях с женщинами или, может, это обидит независимую, уверенную в себе американку?”.

Большинство мужчин придерживаются традиционных норм этикета, но как мужчины, так и женщины в последнее время относятся к этому все менее формально. Если мужчина не поможет своей спутнице в ресторане сесть за стол и выйти из-за стола, никто не посчитает, что он не вежлив.

Если американская женщина сидит одна в баре или ресторане, это не является, как в России, поводом для навязывания ей знакомства.

Рукопожатиями раньше обменивались только мужчины. Сегодня женщина также может подать руку мужчине при знакомстве. Кто первым подает руку (мужчина или женщина), у американцев не акцентируется, т.е. это не рассматривается как привилегия в общении.

Как свидетельствует проведенный опрос, ограничений в тематике общения между мужчинами и женщинами не существует, а имеющиеся ограничения зависят не от пола общающихся, а от степени знакомства, уровня образования и культуры. Особой дистанции при общении мужчин и женщин не существует, дистанция зависит от степени знакомства.

Предлагать незнакомой женщине помочь на улице, уступать ей место в транспорте не принято, но пожилой женщине или женщине - инвалиду могут и уступить и помочь, хотя американки этого не ждут, в отличие от русских женщин.

Пропускать женщин вперед по этикету положено, но на практике это не делается, по крайней мере, это наблюдается гораздо реже, чем в России. Хорошо воспитанные мужчины помогают надеть/снять женщине верхнюю одежду.

Не ожидается, что мужчина должен ухаживать за женщиной за столом. Четких правил, кто за кем ухаживает, наливает вино и т.д. американцы не придерживаются, каждый предоставлен сам себе. Если же это интимный ужин, то ухаживает и развлекает тот, кто пригласил. Выбирает блюдо в ресторане, как правило, каждый себе, головные уборы могут не снимать как женщины, так и мужчины. В школе, в классах все юноши и девушки в головных уборах, бейсболках.

На танец может пригласить и мужчина, и женщина. Женщина может отвергнуть приглашение, если она по какой-либо причине не хочет танцевать.

Инициатива в ведении разговора может быть на любой стороне. Чисто мужских или женских поз/жестов не отметил никто из опрошенных американцев.

Аnekdotы и шутки на сексуальные и физиологические темы и обсуждение их в смешанной компании допустимы (особенно в молодежной), но в незнакомой компании это не принято, особенно в присутствии детей.

К хорошо знакомой женщине мужчина может обратиться с любым вопросом.

Пить спиртные напитки американки (особенно студентки) могут, если хотят, наравне или даже больше мужчин, это не осуждается, но согласно американским законам до 21 года употреблять спиртные напитки запрещено как мужчинам, так и женщинам. Женщина за столом может произносить тосты, но более привычно, если это делает мужчина.

Общение с иностранцами

Американцы общаются с иностранцами достаточно доброжелательно, но снисходительно.

Как уже отмечалось, большинство американцев глубоко и искренне уверены, что *все* иностранцы хотели бы жить в Америке, т.к. они наверняка не являются вполне счастливыми в своей стране. Данную точку зрения, с точки зрения рядового американца, подтверждает тот факт, что сотни тысяч иностранцев каждый год пытаются незаконно въехать или остаться в Америке. Однако тот факт, что сотни миллионов людей из других стран даже и не помышляют о подобном переезде, американцами просто игнорируется.

Большинство американцев убеждено, что их страна - самая лучшая страна в мире, и относятся к другим странам как к второсортным. Предполагается, что люди в других странах не такие смышленые, трудолюбивые или здравомыслящие, как американцы (за исключением канадцев и представителей стран Западной Европы, к которым обычно относятся с уважением). Политические и экономические системы этих стран считаются менее эффективными, чем американские. На этой основе к большинству иностранцев американцы относятся с жалостью и сочувствием, с определенной долей снисходительности, обращаясь с ними как с детьми, имеющими недостаток опыта и, возможно, интеллекта, особенно если уровень владения языком у иностранца невысок. Попав в беду, скажем, заблудившись в незнакомом городе, иностранец может быть уверен, что ему помогут выбраться, особенно если это маленький город, где люди обычно более доброжелательны, чем в крупных мегаполисах.

Конечно, существуют и исключения из общего “правила” отношения к иностранцам. Основное “исключение” составляют те американцы, которые жили или, по крайней мере, путешествовали по другим странам или имели большой опыт общения с иностранцами. Эти люди более доброжелательны, открыты и любознательны, чем остальная масса американцев.

Многие американцы сделают исключение для иностранца, продемонстрировавшего определенное мастерство, личное качество или умственные способности, внушающие уважение. Так, например, британские писатели, русские и немецкие ученые, корейские специалисты военного искусства и кенийские бегуны будут уважаемы большинством американцев. Здесь действует утвердившийся в Америке принцип “Важно не то, *кто* ты, а то, *что* ты делаешь”.

Нередко американцы проявляют большое гостеприимство по отношению к иностранцам, особенно если они той же расы/религии/идеологии. Однако многие чувствуют себя напряженно с представителями определенных рас, например, белые - с арабами, азиатами. К африканцам, в том числе и “американцам африканского происхождения” зачастую относятся с презрением, несмотря на проповедуемый принцип “всеобщего равенства”, общаются с ними мало.

Обычными темами для разговора с иностранцем являются политика, семья, пища, способы проведения досуга, спорт. Часто целью подобных обсуждений является попытка сравнения того, как живут американцы и люди в других странах. С русскими часто обсуждают российско-американские отношения, президента России и политику правительства, спрашивают об экономике и

ценах, интересуются причинами событий в Чечне, делами русской мафии, уровнем преступности.

Характерно, что зачастую чрезесчур практические американцы имеют очень низкий уровень осведомленности о жизни в других странах. Поэтому не будут сюрпризом вопросы такого типа: “А правда ли то, что у вас круглый год мороз и по улицам ходят дикие медведи?” или “А правда, что в метро ходят чеченцы с автоматами и убивают мирных жителей?”

Общение с соседями

Добрососедство считается традиционной американской чертой – американцы одолжат косилку, помогут поставить антенну, могут пригласить на чай, кофе, но невидимая черта между соседями всегда остается, не проявится в общении ничего особенно личного, ничего “personal” (ср. американскую поговорку “good fences make good neighbours”- *хорошие заборы делают хороших соседей*)

У американцев много общаться с соседями не принято, и чаще всего это общение осуществляется по телефону. Американцы очень часто не знают, кто живет по соседству. В гости практически не ходят. Могут друг друга пригласить в гости письменно и получить согласие по почте же, хотя живут через забор. Тесного общения нет.

Отношения с соседями скорее ритуальные и этикетные: соседи поддерживают друг с другом хорошие отношения, но живут обособленно. Соседские дети не играют вместе, как это принято в России. Каждый проводит время один или с братьями и сестрами у себя во дворе.

Зайти в гости к соседу без приглашения обычно нельзя. О встрече обычно заранее договариваются если не письменно, то по телефону. Нет ничего зазорного отказаться принять соседа, сославшись на занятость.

Проведенный опрос показал, что помогают друг другу соседи очень редко. Помощь исходит, как правило, от близких друзей и близких родственников. Культура и обычай таковы, что американцы всё делают сами и решают все свои проблемы сами.

В магазине можно купить все, что тебе нужно, быт очень организован, поэтому нет необходимости общаться с соседями, чтобы попросить у них что-либо.

Тем не менее, считают некоторые из опрошенных, отношения между соседями, особенно молодыми людьми, несколько другие. Можно оставить ключи от дома тем соседям, которым вы доверяете. Можно попросить их полить цветы, последить за домом, если вы уезжаете. Можно попросить деньги в долг, продукты, посуду, инструмент, попросить купить что-либо в супермаркете, если соседи едут туда.

С соседями общаются чаще всего около дома, на улице, когда идут по дороге, т.е. мимоходом. Если это общежитие или многоквартирный дом, то общаться можно, стоя в дверях.

Если соседи пришли в дом в тот момент, когда семья обедает (что является крайне редким случаем, т.к. без приглашения не приходят), то их пригласят к

столу. Если же время визита не совпадает со временем трапезы, угождения могут и не предложить. Угощают чаще всего легкими напитками - минеральная вода, соки. А вообще, американцы очень экономны, и даже богатые люди не сорят деньгами.

Попросить соседей передать вашим знакомым, которых вы не застали дома, записку, устное сообщение или предмет можно. Вашу просьбу выполнят обязательно и точно, т.к. американцы люди очень ответственные и обязательные, но это в целом не принято, т.к. тесных контактов с соседями нет. Если вы решите узнать у соседей, где ваши знакомые, вам скорее всего не смогут ничего сказать, ибо об этом действительно не знают: жизнь соседа в общем и целом американцам мало интересна, все заняты своей собственной жизнью. К телефону соседей не зовут и телефона соседей знакомым не дают. Это считается неприличным.

Чем богаче люди, тем меньше контактов с соседями.

Однако мнение соседей как основа общественного мнения серьезно учитывается. Можно сказать, что американское общество это - общество, уважающее мнение соседей. Например, может висеть такая табличка при въезде в деревню, район города и т.д.: *Attention! This neighborhood reports the police about every aggressive action!*

Замечания соседям делать не принято. Если они и делаются, то в очень корректной или даже опосредованной форме. Американцы скорее пойдут на компромисс, чем будут устраивать скандал. Если соседу мешает дерево, то американец предпочтет его спилить, чем из-за него ссориться с соседом. С другой стороны, они не считают нужным ущемлять себя в чем-то. Могут в многоквартирном доме включить магнитофон и слушать музыку в 3 часа ночи, ходить ночью в туфлях на каблуках. Однако в многоквартирных домах есть человек (смотритель дома), который отвечает за порядок в этом доме, который заинтересован в спокойном быте жильцов и которому, в случае чего, можно позвонить и пожаловаться.

Если имеет место серьезное нарушение общественного порядка, об этом сообщают в полицию или в соответствующие спецслужбы. Любое нарушение, о котором было сообщено в полицию, строго наказывается. И если в России поведение соседей, которые сообщили о поведении соседей в милицию, часто осуждается другими соседями, то у американцев такое поведение считается естественным.

Тем более не принято вмешиваться в семейную жизнь соседей, в крайнем случае, вызовут полицию, но разнимать дерущихся супругов никто не пойдет. Американцы считают себя свободными людьми, и никто не имеет права вмешиваться в их личную жизнь.

С другой стороны, все американцы должны следовать определенным правилам общежития. Занавесок на окнах нет. Считается, что никто не должен интересоваться вашей личной жизнью. Этот факт означает и нечто другое: я законопослушный гражданин и живу открыто.

Общение с соседями в маленьких городах и деревнях намного более свободное и искреннее, чем в больших городах.

Общение в семье

Семья по-американски – это только родители и дети, без старшего поколения.

В настоящее время говорят, что современное развитие американского общества разрушило семью, в частности обычай, когда три поколения живут вместе в одном доме, “под одной крышей”. Но, как показывают исторические факты, в Америке никогда не была распространена модель семьи, три поколения которой живут вместе. Такие большие семьи, идеализируемые в современном обществе, очень редко встречались в реальной действительности в 19-м и начале 20-го веках. В прошлом американская семья имела простую структуру, мало чем отличающуюся от современной семьи. Типичная семья была представлена родителями и их детьми.

С начала 20 века американский дом стал местом, где можно спрятаться от внешнего мира, а присутствие неродственников рассматривалось как угроза для частной семейной жизни.

Таким образом, за два века была потеряна “гибкость” семьи, позволявшая расширяться семейному дому, если в этом была необходимость.

Все респонденты подчеркивают, что отношения в современной американской семье очень теплые и дружеские и строятся на глубоком взаимном уважении.

В американской семье приняты следующие формы обращения членов семьи друг к другу.

- Разговаривая официально о бабушке и дедушке, американцы употребляют (my) grandfather \ (my) grandmother.
- В неофициальной обстановке употребляется grandma\grandpa.
- У американцев английского и ирландского происхождения можно услышать разговорное gran, nan, nanna (бабушка).
- Британские grandmama\grandpapa в американском обращении, как правило, утирируют официальный тон.
- О родителях в официальной обстановке говорят – dad\mom.
- Daddy\mommy – употребляется детьми в обращении к родителям и взрослыми в разговоре с детьми.
- Взрослые 20-30-летние американцы иногда обращаются к родителям daddy\mommy dearest. Они в шутку, а иногда всерьез могут закричать что-то вроде: Yeah, mommy dearest! I'll take out the trash!
- Разговаривая о тетяx и дядяx, двоюродных и троюродных бабушках и дедушках, американцы применяют my aunt\uncle
- В неофициальной обстановке иногда употребляется aunt\uncle+имя. Более употребительно только имя. Auntie\unkie звучат редко, как старомодная форма.
- Некоторые родители обращаются к сыну son\sonny. Второе чаще применяют к маленьким детям.

Общение между супругами

Современная американская семья характеризуется отношениями равенства и равноправия в обсуждении и принятии решений. Большинство американских женщин не потерпят сегодня мужа, считающего себя хозяином.

При этом в США высокий процент разводов - разводится каждая четвертая американская семья. Однако этот факт не означает, что американцы относятся к браку несерьезно - как раз наоборот. Американцы ожидают от брака очень много, они ищут физической, эмоциональной и интеллектуальной совместности. Именно потому, что они так много ждут от брака, у них так много разводов. Они считают, что лучше не состоять в браке вообще, чем жить в условиях несовместимости. С типичным американским оптимизмом они разводятся в надежде, что следующий брак будет более счастливым. Около 80% разведенных снова вступают в брак. И это стало в Америке настолько распространенным, что в одной американской шутке говорится: жена звонит своему второму мужу на работу и говорит: "Джон, приходи скорее. Помоги мне. Твои дети и мои дети бывают наших детей".

Муж с женой разговаривает приветливо, но деловито. Часто обсуждаются стоимость покупок, планы приобретений, планы на уикенд.

Часто муж и жена имеют раздельные банковские счета и по договоренности оплачивают разные расходы – например, жена оплачивает электроэнергию, а муж – аренду гаража. Возможны вопросы: "Ты оплатила электричество?".

Общение с детьми

Количество времени, проводимое родителями с детьми, зависит от семьи, занятости родителей и их жизненных устоев. Когда родители работают или заняты, они приглашают в дом сиделку (baby sitter) присматривать за детьми. Больше всего с детьми общается мать, которая чаще всего не работает и ведет все домашнее хозяйство. Отец в американской семье семье достаточно активен, он возит детей в школу и забирает их из школы, гуляет с ними. Отец уделяет большее внимание воспитанию сыновей и общается с ними больше, чем с дочерьми. Дочерьми больше занимается мать.

Родители обращаются к детям, используя их первые имена, ласковые прозвища или неполные имена. В дальнейшем формы обращения, как правило, не меняются, но все зависит от взаимоотношений. Если они сохранились теплыми, то и обращения сохраняются теплыми. Если же наступило охлаждение, то и слова обращения используются более официальные и холодные.

Как и в России, маленькими детьми и в общении с маленькими детьми используются элементы детского языка, который, в основном, представляют собой подражания звукам предметов и животных. Например: moo-moo= cow ≈ коровка; bow-wow= dog ≈ собачка; tummy= stomach ≈ животик; birdie= bird ≈ птичка; bunny= rabbit ≈ зайчик; dolly= doll ≈ куколка; Teddy (bear) ≈ мишутка, мишка, мишенка.

Детей называют или к ним обращаются, используя ласкательное слово sweetheart (≈ любовь моя). В основном отношения с детьми ровные и вежливые, иногда, может быть, проявляется даже излишняя доброта.

Американские родители стараются проводить с детьми как можно больше времени: проводят с ними выходные дни и отпуск, берут их с собой в рестораны, кафе и т.д., - там для этого все приспособлено, в общественных туалетах, например, есть даже пеленальные. С другой стороны, некоторые из американцев отмечали, что между родителями и детьми, детьми и их дедушками и бабушками в Америке нет таких душевных отношений, как в России, и дети подчас больше и лучше общаются с братьями и сестрами, чем с родителями.

Родители, разумеется, делают своим детям замечания по разным поводам, но в очень вежливой форме. Опрошенные американцы отмечают, что они не слышали, чтобы родители или взрослые повышали голос или оскорбляли детей. Самая распространенная фраза, используемая в замечаниях это: "Behave yourself" или "You are not being very nice today". Если ребенок ведет себя неправильно в той или иной ситуации, то родители объясняют ему, как надо вести себя, даже если при этом присутствуют посторонние.

В Америке не принято повышать голос на кого-бы то ни было. Человек на работе должен быть очень вежливым, поэтому требуемые для работы формы общения и поведения автоматически переносятся в семью и формируются в ней. Дети в США более спокойные, чем в России, меньше капризничают. Если в доме гости, дети ведут себя более тактично, чем в России - не пристают к взрослым с вопросами, не выпячивают себя. Каждый знает свое место за столом и не стремится выделяться из круга присутствующих. Дети постарше внимательно наблюдают за старшими и больше слушают, чем проявляют себя.

Очень четко определен круг обязанностей ребенка. Родителями может быть выведен список того, что ребенок должен делать или что он должен говорить в определенных ситуациях. Например: если кто-то пришел, не открывать самому дверь, а позвать сиделку или родителей.

У ребенка есть определенные обязанности в семье. Иногда за выполнение каких-то обязанностей ребенку даже платят. Считается, что это приучает его к ответственности и самостоятельности. Дети имеют карманные деньги и им разрешено зарабатывать, считается, что чем раньше ребенок начинает работать, тем лучше. Где-то с 8-го класса девочки работают сиделками с детьми, а мальчики подстригают газоны. Оплата почасовая. Найти работу подростку не составляет особого труда.

Помогать детям материально не принято. 200 долларов на день рождения - вот вся помощь. Хотя, как отмечают сами американцы, сейчас в этом вопросе намечаются некоторые изменения: иногда родители-пенсионеры помогают своим детям улучшить их материальное положение. Чаще всего взрослые дети занимают деньги у своих родителей или родители дают им деньги за какие-то услуги. Давать деньги просто так считается аморальным.

Взрослые дети помогают своим родителям чаще всего физически. Один раз в неделю помогают своим родителям в уборке внутри дома и вокруг. Могут также оплатить родителям дорогу, если они собираются навестить их.

Взрослые разговаривают с детьми на самые разные темы и всегда - как с равными. Они могут говорить об учебе, гигиене, уборке игрушек, распорядке дня и т.д. В некоторых семьях много говорится о Боге, о любви к ближнему,

об уважении к старшим. Утром и особенно вечером перед едой в семейном кругу читается молитва.

У детей, как и везде, много проблем, но родители приучают своих детей решать свои проблемы самостоятельно. Родители иногда помогают ребенку в учебе, но чаще всего ребенок с заданиями справляется сам. С юных лет ребенок должен сам решать свои проблемы, сам выбираться из трудных положений. Родители, тем не менее, всегда готовы ему помочь, но он (особенно взрослый ребенок) должен сам принять решение. Давать советы детям особенно не принято. Родители не диктуют детям как им жить, считая, что не должно быть насилия над желанием ребенка. Связь с детьми в семьях цветных американцев более тесная, чем в семьях белых.

Дома американцы почти не питаются - всюду дешевые кафе. С малых лет дети уже знают, как и когда пользоваться вилкой, ножом, что и в какой последовательности есть и пить.

Американская деловая культура требует, чтобы работающий человек всегда выглядел опрятным и физически здоровым. Волосы должны быть вымытыми, дыхание свежим, одежда чистой и часто меняться. Таково требование общества, от соблюдения этих правил зависит положение человека в этом обществе. Все это требуется и в американской семье, и в этом смысле домашнее воспитание уже не зависит от традиций и устоев той или иной конкретной семьи.

Старшие и младшие дети не противопоставляются. Маленького ребенка всегда доброжелательно выслушают, даже если он своим вопросом прервал разговор взрослых. В России же считается бесактным прерывать разговор взрослых.

В целом, однако, в американской семье нет таких истинно теплых и душевых связей между членами семьи, как в России. В американском доме наблюдается внутренняя разобщенность, считают многие опрошенные американцы, каждый член семьи живет сам по себе. В России отношения между членами семьи более тесные и теплые.

Следует отметить, однако, что отношения друг к другу в американской семье, несмотря на их поверхностность, достаточно ровные, добрые, доверительные, доброжелательные, истоки их, возможно, можно найти в религиозности достаточно большого числа американцев.

Общение между детьми

В американской семье старшие дети часто заботятся о младших присматривают за своими младшими братьями и сестрами. Главным образом старшие сестры возлагают на себя ответственность за воспитание младших братьев и сестер, заменяют мать, когда она на работе или в случае ее смерти.

Общение между детьми в американской семье дружеское, ровное, уважительное. Дети общаются друг с другом как со взрослыми – с уважением к мнению и личности другого.

Общение со старшим поколением

Со стариками американцы общаются мало. Жить со своими престарелыми

родителями не принято. Бабушки и дедушки живут, как правило, отдельно, и иногда навещают своих детей и внуков, но ненадолго. У каждого своя жизнь. Значительная часть общения со стариками протекает по телефону.

Особого почтения к незнакомым пожилым людям американцы не демонстрируют, место в транспорте им не уступают, так как существуют специальные места для инвалидов, где, как полагают американцы, они и должны сидеть.

Что касается того, как обращаются молодые к родителям супруга или супруги после свадьбы, то это зависит от семьи, также, как и в России. В России до свадьбы, а во многих случаях и после свадьбы, к родителям супруга/супруги обращаются по имени и отчеству. В некоторых семьях, однако, после свадьбы родителей супруга/супруги начинают называть мамой и папой. То же самое и в Америке. До свадьбы это может быть Mr./Mrs. + family name или по первому имени, а после свадьбы употребляют первое имя (что невозможно в России) или даже Mum, Dad. Более официальные формы обращения не приняты.

Оставлять детей для присмотра своим родителям не принято, хотя все зависит от сложившихся традиций и отношений в конкретной семье. Если старшее поколение семьи работает, то считается, что они тоже имеют право на отдых, так что молодые не рассчитывают на помочь родителей. Детских садов в Америке очень мало. Они только начинают внедряться, и молодые родители либо работают по скользящему графику, либо, если работают оба, нанимают сиделку.

Тесного общения между внуками, дедушками и бабушками нет. Последние приезжают на праздники, дарят внукам подарки, изливают на них свою любовь, общаясь с ними, но не больше. Исключение, когда пожилые белые американцы сидят с внуками. В качестве сиделок с детьми обычно используются школьники старших классов, студенты, иностранные студенты, приезжающие учить английский язык. Обычно дедушки, бабушки и внуки, если живут поблизости, навещают друг друга по воскресеньям или один раз в неделю.

Старшее поколение, как уже отмечалось, не живет с детьми. В преклонном возрасте американские старики часто живут в домах престарелых, где им оказывают соответствующий уход. Дома для престарелых разные - все зависит от достатка семьи. Жизнь вместе со стариками - скорее исключение, чем правило. Такая традиция объяснима: среднее поколение не может себе позволить жить и ухаживать за стариками - оно вынуждено слишком много работать. Даже родители цветных американцев, где связь поколений намного теснее, живут в домах для престарелых. Дети и внуки навещают их, переживают за них, все собираются на похороны.

К приходу гостей старшее поколение торжественно одевается. Вся одежда выдержана в классическом стиле, пожилые мужчины носят галстуки. Старикам в этом случае оказывается почет и уважение: их представляют гостям, дают полную характеристику, тем самым выказывая к ним уважение и гордость за них. В доме всегда есть фотографии всех поколений семьи. Молодые и старые, все знают свою родословную. К предкам относятся очень

уважительно. Проявляется уважение и к молодым за то, что они продолжают традиции своей семьи или достигли каких-то результатов в работе или учебе.

Среднее поколение, отправляясь в гости, обычно торжественно не одевается. Идти в гости - значит отдохнуть, поэтому одежда всегда простая и удобная. В таком же виде они могут прийти и в театр.

Когда в доме гости, все общаются на равных. Ни у кого нет никаких комплексов, никто не старается быть незамеченым, никто себя не выпячивает. Стариков не отеляют и не удаляют из общей комнаты. Они, как правило, сами уходят в другую комнату и ведут там свои тихие беседы. Но это не изоляция и не обособление стариков. В комнату, где сидят старики, может зайти любой из гостей. Старики говорят и со стариками говорят на самые разные темы. У стариков, как правило, справляются о здоровье. Нередко старики, несмотря на свой преклонный возраст, ещё работают, ведут активный образ жизни. У них может быть фирма, они могут входить в совет директоров. В свои 80 или 90 лет они могут водить машину.

Как и все пожилые люди, они любят давать советы или комментировать определенные ситуации, но делают это очень тактично, не явно.

Общение с родственниками

С родственниками американцы общаются немного, преимущественно по телефону.

Не принято долго жить у родственников, или подолгу принимать родственников в своем доме.

Общение с гостями и в гостях

Существенная трудность для многих иностранцев в общении с американцами состоит в том, что, американцы не всегда, с точки зрения иностранца, ведут себя достаточно тактично и слишком быстро переходят на фамильярное общение. Для многих национальных культур считается необходимым, чтобы прошло достаточное количество времени, прежде чем люди почувствуют себя достаточно близкими для того, чтобы пригласить друг друга в гости, посвятив тем самым постороннего человека в свою частную жизнь. Американцы же запросто приглашают себе в гости новых знакомых.

С другой стороны, в некоторых странах представитель принимающей стороны может встретить гостя среди ночи в аэропорту, предоставить в его пользование собственный автомобиль, выступить в роли экскурсовода, показывая достопримечательности своего города или даже страны, но вместе с тем даже не познакомит со своей женой и не пригласит посетить свой дом, оберегая свою частную жизнь от посторонних глаз. В США картина совершенно противоположная. Американцы с готовностью продемонстрируют свое гостеприимство у себя дома, но не потратят ни минуты сверх своего рабочего времени на гостя. Они предоставляют вам самим добираться из аэропорта в гостиницу на общественном транспорте и уже оттуда сообщить о вашем приезде. Если вы не председатель правления директоров и не лицо, занимающее подобный пост, вам также следует самостоятельно добраться до

офиса принимающей стороны. Однако там вы уже можете рассчитывать на искреннее гостеприимство и радушие. Многие сотрудники считут за честь пригласить вас к себе домой.

В некоторых странах считается невежливым развлекать гостя дома, потчуж его приготовленными дома яствами. Прием в ресторане для представителей таких национальных культур демонстрирует большее уважение и гостеприимство. Кроме того, ряд других причин – недостаточно комфортные домашние условия, уединенность, семейные обычай и традиции, трудности в языковом общении и т.п. – часто удерживают представителей такой страны от приглашения постороннего в собственный дом. В Америке используются оба вида приема гостя – дома и в общественном месте, но предпочтение все-таки отдается приглашению в собственные дома, за исключением случаев чисто деловых отношений.

Когда американец отвечает на приглашение, он обычно говорит либо, "Да, я приду", либо "Нет, я не смогу прийти". Если человек не уверен, он или она могут сказать, "Я дам вам знать, как только смогу". Если человек принял приглашение, это значит, что он или она обязательно придут. Если, человек сказал: "Да, я приду", а сам не пришел, многие американцы воспримут это с обидой или даже рассердятся. Если вы не можете прийти, надо обязательно предупредить.

Во многих культурах считается грубым прямо сказать: "Нет, я не приду". Даже, если человек точно знает, что не придет, ответ должен быть: "Да, я приду". Американцы же в таких случаях могут подумать, что их просто обманули.

Если вы не можете принять приглашение, большинство американцев будут ждать, что вы объясните причину. Если вы не дадите объяснения, это будет расценено, так, что вы не хотите быть в обществе того, кто вас пригласил.

В США обычно не принято самому напрашиваться в гости. Вы можете просто предложить встретиться, но нельзя спрашивать: "Могу ли я прийти к тебе?"; "Когда можно к тебе зайти?" или "Я планирую прийти в эти выходные".

Американцы любят веселиться и проводить время в компании. Но при этом подготовка веселья не должна быть утомительной и занимать много времени. Этому принципу подчинено все. Например, в американской кулинарной книге точно указано, сколько времени займет приготовление каждого блюда и трудно ли его готовить.

Американцы не устраивают генеральной уборки по поводу приема гостей. Угощение может быть привезено из ресторана или куплено в супермаркете. Иногда может быть приготовлено лишь одно блюдо в достаточном количестве, чтобы можно было угостить всех. Если хозяева хотят обильно накормить своих гостей, то они приглашают их в ресторан.

Поскольку американцы очень ценят свое время, то прием гостей планируется заранее (начало и окончание вечеринки), гости тоже приглашаются заранее, чтобы они могли рассчитывать свое время.

Иногда возникает спонтанная вечеринка или приходит спонтанный гость. Чаще всего в гости спонтанно приходят соседи, и в гости чаще всего

спонтанно ходят к ним же. На спонтанные вечеринки ходят со своей едой, выпивкой, собаками и телефоном. Если в момент приглашения на плите стоял еще не приготовленный ужин, то его могут взять с собой и доварить на плите соседей.

Застолье в гостях у американцев не самое основное развлечение, большую роль играют напитки. Все постоянно ходят с бокалами. У соседей американцы разговаривают, танцуют, смотрят телевизор и обсуждают идущую телепередачу, демонстрируют свои новые приобретения, достижения и таланты, могут обсуждать планы совместного проведения времени, в том числе и больших вечеринок.

Рассказ анекдотов не относится к развлечениям в американских гостях, такого устного жанра у американцев просто нет.

Если гостей принимают дома, то началом церемонии бывает показ дома. Американцы демонстрируют не только комнаты, но и служебные помещения (подвал, туалет и т.д.), а также могут продемонстрировать содержимое шкафов, если они им гордятся. Особое внимание уделяется новым приобретениям. Все продемонстрированное гости должны хвалить и восторгаться всеми приобретениями. Кроме этого, гостям сразу же предлагают какие-либо напитки на выбор.

Хозяйка может быть занята последними приготовлениями горячего блюда, но гостям не полагается ей помогать.

За столом американцы бурно общаются, шутят, могут поспорить, при этом едят. В отличие от европейцев, американцы не очень следят за манерами за столом, каждый пользуется столовыми приборами так, как ему удобно. Все стараются веселиться, все время всем должно быть весело. Иностранным веселость американцев на таких вечеринках кажется часто искусственной, принужденной.

Если вечеринка проходит в ресторане, то пригласившие (хозяева) платят за всех, хотя при этом вежливым считается предложить оплатить часть расходов. Обычно напитки заказывает хозяин, остальное гости выбирают сами.

Если семья идет в гости к кому-либо, а в семье есть гость, его приглашают с собой. Гость может отказаться, это не будет расценено как невежливость и не оставит у пригласивших чувство обиды. Гости обычно стараются развлечь, предоставляя ему возможность самому выбрать форму развлечения.

Приглашение в гости

В гости практически всегда приглашают заранее.

Опрос показывает, что многие американцы с радостью бы приняли спонтанное приглашение в гости, но они оговаривают это определенными обстоятельствами (от кого приглашение, на какое мероприятие). Тем не менее, один из опрошенных ответил, что будет чувствовать себя в таком случае “второй скрипкой”. А другой заметил, что иногда он вынужден просмотреть свои планы прежде, чем принять приглашение.

По словам опрошенных американцев, они не раскрывают список приглашенных каждому из гостей, тем не менее, один из них отметил, что хорошо со стороны хозяина упомянуть некоторые из имен.

Некоторые американцы считают невежливым расспрашивать хозяина, кто еще будет в гостях, но для большинства это в порядке вещей, особенно, если вы хорошо знаете хозяина.

Приглашая на обед гостей, большинство американцев считают возможным указывать меню. Некоторые считают, что это хорошая идея, особенно вежливо обозначить меню из-за возможных ограничений в еде по религиозным причинам или по медицинским показаниям. Хозяин должен считаться с ограничениями по диетам. Если хозяин не оговаривает меню заранее, у него должны быть разнообразные блюда (например, вегетарианские или несладкие), чтобы удовлетворить разные запросы.

Категории приглашенных гостей

Можно выделить три типа гостей: 1) близкие родственники и друзья, 2) приглашенные на определенное торжество, часто не знакомые друг с другом, 3) коллеги.

На вечеринки (parties) позволяет приводить с собой друзей. Начальники приглашаются на такие вечеринки вместе с подчиненными, не считается, что это унижает их достоинство. На подобных приемах позволительно обращаться к начальнику как к равному, по имени.

Для американцев вполне приемлемо одновременно принимать гостей из разных социальных слоев.

Повод для приглашения

Часто гостей приглашают на определенное блюдо: барбекю, любимый фруктовый торт хозяев, рavioli (пельмени) и т.д. Это может быть и “pot luck dinner” (обед в складчину) где-нибудь на природе.

Время прихода в гости

Приходить в гости ранее назначенного срока у американцев не принято.

Близкие родственники и друзья приходят на пять минут позже указанного времени.

На приемы/вечеринки (parties) гости могут приходить в любое время.

Характер общения в гостях

В США, если вы попадаете на вечеринку впервые, хозяин или хозяйка могут представить вас двум-трем находящимся поблизости гостям, предоставив вам право в дальнейшем знакомиться самим, перемещаясь от одной группы к другой. Если вы чувствуете себя не очень комфортно, вы можете попросить кого-нибудь из знакомых представить вас. Многие почтут себя польщенными, если вы обратитесь к ним за помощью, и с удовольствием будут сопровождать вас по дому, знакомя с другими людьми и делая все, что от них зависит, чтобы вы чувствовали себя максимально удобно и свободно.

На вечеринках американцы очень много перемещаются из одного места в другое. Они могут сидеть где-нибудь в небольшой группе, но, поскольку стульев бывает обычно меньше, чем гостей, то вы вскоре заметите, как они,

извинившись перед собеседником, или пойдут поздороваться с кем-либо из вновь прибывших, или встанут, чтобы выпить или перекусить. Сидеть считается скучным, поэтому они постоянно перемещаются по комнатам, непринужденно болтая то в одной компании, то в другой. Для американцев считается естественным самому представить себя и своих спутников, этого же они ожидают и от других. Если с вами кто-то захочет познакомиться, вам следует назвать свое имя и имя вашего спутника или спутницы. После этого мужчины обычно обмениваются рукопожатиями, иногда это делают и женщины. Мужчина пожимает руку женщины в том случае, если она протянула ее. В другом случае он только кивает и приветствует ее. После такого неформального знакомства следует небольшой разговор. Вот некоторые вопросы, которые могут быть заданы: "Вы здесь впервые?", "Как долго вы уже находитесь в Америке?", "Вы приехали вместе с семьей?", "Чем вы занимаетесь?" и т.п. В течение пары минут у вас будет тема для разговора, а затем ваш собеседник может сказать вам что-нибудь подобное: "Рад был с вами познакомиться", "Надеюсь еще увидеться", что служит сигналом завершения разговора для обоих собеседников и возможностью перейти к другой группе.

Таким образом, основным правилом для больших вечеринок является следующее: не стой на одном месте слишком долго, знакомься с людьми, которые кажутся тебе интересными, и разговаривай с ними. Женщинам не обязательно общаться только друг с другом, они могут свободно перемещаться по комнатам в сопровождении своих мужей, друзей или самостоятельно, как они предпочитают. Главная цель каждой вечеринки в Америке – встречаться и разговаривать с людьми. На вечеринке желательно, чтобы каждый поговорил с каждым из присутствующих.

Обед дома у американцев обычно непринужденный и без особых церемоний, по-семейному. Тарелки и бокалы могут передаваться, каждый может обслужить своего соседа. И взрослые, и дети обедают вместе.

Согласно традиции, гости не начинают есть без хозяина и заканчивают еду примерно одновременно. Американцы едят быстрее других людей, поэтому, чтобы не оказаться в одиночестве за полной тарелкой, следует следить время от времени за хозяином, чтобы отрегулировать скорость приема пищи.

Если в силу религиозных или других причин вы не можете есть какое-нибудь блюдо, объясните это вашему хозяину заранее, как только получите приглашение. Вы можете сказать: "Я должен вас предупредить, что не ем свинину по религиозным соображениям", или "Мой врач советует мне воздерживаться от мяса", или "Я вегетарианец, надеюсь, что это не причинит вам каких-либо неудобств". Если вы не смогли предупредить заранее, а за обедом вам предложили блюдо, которое вы не можете есть, оставьте его нетронутым. Если в ваш первый визит какая-то американская еда не пришлась вам по вкусу, хозяйке будет приятно, если вы отведаете по чуть-чуть от каждого блюда и поблагодарите ее и ее мужа (так как оба, как правило, принимают активное участие в приготовлении обеда) за желание угодить вам.

Американская привычка перекладывать вилку из правой руки в левую, когда они пользуются ножом, кажется неудобной для многих иностранцев.

Гости не обязаны следовать этой традиции и могут есть так, как им удобно. Считается неправильным слишком глубоко макать хлеб в соус, засовывать салфетку под подбородок, разговаривать за столом с набитым ртом и т.п., хотя многие американцы делают это. Лучший совет в этом случае – следить за поведением хозяев.

В некоторых семьях весьма популярно использование готовых блюд из ресторана или буфета, так как экономится значительное время на их приготовление. Хозяин сам определяет, сколько гостей пригласить, куда их посадить и как организовать ход всего мероприятия. Часто организуется только шведский стол со множеством закусок. Если вам трудно балансировать с тарелкой в руках или необходимо разрезать мясо, найдите какой-нибудь более надежный стол и смело устраивайтесь за ним. Никто не будет возражать. Самое главное на подобном вечере – максимально легко, удобно и комфортно провести вместе время.

В гостях идет общий приветливый, несерьезный разговор, не затрагиваются какие-либо серьезные темы – например, никогда не обсуждается политика, экономика, религия, выборы. Всем должно быть весело, и американцы часто демонстративно веселятся, чтобы показать это.

За столом общей или традиционной темы для разговоров не бывает. Общая застольная беседа не является традицией. Беседу ведут то с одним, то с другим собеседником, разбиваясь на вечеринке на пары и группы, пьют тоже группами, а не все вместе. Тамады, как правило, нет. Каждый предоставлен самому себе и развлекается, как может.

Ведя в гостях светский разговор, нужно избегать углубления в детали, подробности.

На вопросы хозяев о впечатлениях о стране принято говорить комплименты, говоря о своей стране, не следует зацикливаться на трудностях, что воспринимается американцами как нытье (bellyaching).

Погода – общепринятая тема светского разговора, хотя и не очень интересная для большинства американцев. Незнакомые люди, однако, нередко вступают в общение, говоря о погоде. Типичные формулы, используемые в подобных ситуациях: Oh, this is crazy weather we've been having; What do you think of this weather? I can't remember the last time it was this hot\cold\dry; I can't remember the last time we had this much rain\snow.

Спорт – популярная тема в большей степени мужского общения, нежели женского. Если, однако, женщина общается с мужчинами на эту тему, она может произвести впечатление. Большинство разговоров начинается с комментария об известной в данной местности команде. Заключительный матч первенства страны является ярким событием, в связи с которым принято устраивать Super Bowl Parties. Это вечеринки, когда друзья-болельщики одной из команд приносят различную еду и закуски в дом одного из них, усаживаются у телевизора и вместе болеют за любимую команду.

Если гости попросят рассказать о себе, то в основном этот вопрос предполагает интерес к месту проживания, роду занятий, семье. Он не предполагает углубления в какие-либо другие детали.

Хобби – популярная тема разговора в гостях. Обычно тема вводится следующими формулами: So, do you have any hobbies? What do you do in your spare \ free time? What do you do for fun? What kinds of things do you like to do for fun?

Следует иметь в виду, что чтение книг или прогулки по лесу американцами не рассматриваются как hobby, так как не требуют определенных физических или интеллектуальных усилий. Возможные ответы на вопрос о хобби: Well, my hobby is collecting coins from the American Civil War era; I'm real big on pottery. I'm crazy about howling; I'm a volleyball nut. (Старомодными в США звучат выражения to be fond of \ to be keen on. Вместо to go in for американцы употребляют to be into \ to be big on.)

Охота в ряде случаев не является безобидной темой светского разговора из-за усиливающегося движения за права животных, с этой темой американцы становятся все более осторожны.

Посещение кофейни (coffee house) – один из видов hobby, особенно популярный среди студентов, так как многим еще не разрешено пить алкоголь. Кроме того, кофейни – удобное место для молодежной тусовки, где студенты могут послушать поэзию и новейшую музыку.

Volunteering чаще не считается хобби, хотя и очень популярный вид деятельности, предполагающий труд с благотворительными целями без оплаты. Начинают заниматься добровольным трудом с детского возраста. Помогают, например, убрать двор немощному. Особенно вовлечены в добровольный труд студенты, домохозяйки (housewives) и домохозяева (househusbands). Наиболее популярные сферы деятельности: пропаганда против СПИДа (AIDS awareness); разрешение семейных конфликтов, связанных с насилием (Crisis intervention); содействие людям в горе (Grief counseling); помочь бездомным (helping the homeless); борьба с неграмотностью (Literacy campaign); телефонная линия доверия (Rape Crisis line\Suicide Hotline); добровольная деятельность в церквях, мечетях, синагогах… Все это часто является предметом светских разговоров.

Уход из гостей

Молодежные вечеринки заканчиваются сами собой, когда заканчивается еда. Взрослые вечеринки обычно завершаются после подачи кофе.

Очень редко хозяин намекает гостям, что пора уходить. Обычно гости сами решают, когда покинуть дом. Важно, чтобы гости были внимательны к хозяевам, задумываясь о том, что, например, хозяину надо вставать рано утром. Гость всегда может “протестировать”, насколько устал хозяин, спросив: “Ну, Вы должно быть, уже устали?”. Если хозяин непреклонно отрицает это, можно остаться подольше, но если он соглашается или ничего не говорит, возможно, уже пора уходить.

Если хозяину приходится выпроваживать гостей (что в действительности случается очень редко), то некоторые американцы предлагают “тонкую” тактику: подать кофе, перестать подавать угощение, начать убирать или зевать. Трое из опрошенных предложили быть открытыми и честными и вежливо, но прямо сказать гостям, что пора уходить.

Многие семьи не позволяют гостям помогать им навести порядок после окончания вечера, особенно если это было первое приглашение. Но если вы частый гость в этом доме, вы запросто можете предложить свою помощь и разделить с хозяевами домашние обязанности.

Уходя, вам обязательно следует поблагодарить хозяев, но считается особенно вежливым с вашей стороны и приятным для хозяев, если вы пошлете им в ближайшие день-два после вечеринки записку с вашими благодарностями или выразите их по телефону.

После большой вечеринки принято обязательно прислать открытки с благодарностью. Такую открытку могут прислать по почте соседи, которым идти до почтового ящика в десять раз дальше, чем до двери адресата.

Общение в коллективе

Американцы любят быть в коллективе (на работе, на праздниках, во время волонтерских мероприятий), но с трудом понимают иностранцев, которые стремятся быть в коллективе *всегда* и не любят оставаться наедине с собой. Американец не может все время быть в коллективе, ему надо побывать одному.

Для американцев общение в коллективе предполагает прежде всего ровные доброжелательные отношения. Не принято надоедать друг другу, вести разговоры о домашних и личных проблемах. Просить помочи у других нежелательно, это считается стыдным, демонстрацией собственной слабости. В коллективе не принято рассчитывать на помощь коллег. Не принято просить от коллеги личной помощи в порученной тебе работе – принято все делать самому, коллегу просят лишь о консультации или помощи, если таковую он обязан оказывать в силу служебных обязанностей.

За любую помощь или консультацию принято благодарить.

В коллективе между коллегами обычно преобладает нарочито легкий стиль общения, с многочисленными шутками и подшучиваниями, демонстрирующий хорошее расположение духа всех работающих.

Не принято скандалить на работе. “За весь месяц пребывания я не разу не видел и не слышал ни о конфликтах, ни о выяснении отношений. Вместо этого – улыбки при виде друг друга”, пишет русский, некоторое время поработавший в американской фирме (Поиск, № 17, 1991).

Общение между коллегами – мужчинами и женщинами сводится к приветствиям по утрам и иногда – совместным ланчам в кафе.

У многих членов коллектива и боссов есть прозвища, известные всему коллективу. В Америке можно назвать в глаза президента фирмы по прозвищу, это нисколько не снижает его авторитет среди подчиненного ему персонала, наоборот, делает ближе, а атмосферу в коллективе – дружеской (Поиск, № 17, 1991).

Общение в общественных местах

Проведенное анкетирование американцев (10 респондентов, 6 мужчин, 4 женщины, возраст от 20 до 70 лет), показало следующее.

Общение в транспорте

Разговаривают американцы в транспорте мало, поскольку считается, что это мешает другим. При этом большинство американцев (70%) считают вполне возможным разговор с попутчиком. Некоторые из возможных тем для беседы: где выходить, как добраться куда-либо, задержки в пути, направление, погода, спорт.

Пассажиры, которые не знают друг друга, почти никогда не беседуют друг с другом в метро или в городском автобусе. В основном, в условиях города и пригорода пассажиры не вступает в разговор, а те, кто находится в более длительном путешествии (самолет, автобус, поезд, пароход) могут побеседовать на общие темы, хотя это не обязательно и отсутствие разговора не является признаком невежливости или высокомерного отношения к попутчику.

Половина американцев считает невежливым смеяться или громко разговаривать в транспорте. Однако немало американцев (40%), которые спокойно воспринимают в транспорте и громкий разговор, и смех.

Можно обратиться за помощью к другим пассажирам. В качестве причин для такого обращения могут быть: необходимость в срочной помощи в случае аварии, пожара или несчастного случая, в случае плохого самочувствия, если человек стар, немощен или инвалид, если у него много багажа, если ему необходимо разменять деньги для уплаты за проезд.

Однако в целом, как отмечают опрошенные американцы, пассажиры в США очень редко обращаются за помощью к другим пассажирам. При этом любой американец может попросить любого другого пассажира подвинуться.

Половина опрошенных американцев уверены, что можно попросить другого пассажира передать водителю или кондуктору деньги за проезд. Другая половина придерживается противоположного мнения: лишь в исключительных случаях пассажир может обратиться к кому-либо с просьбой передать деньги - например, престарелый пассажир, севший на свое место, дабы избежать хождения в раскачивающемся автобусе.

В основном, американцы не приглашают попутчиков закусить вместе с ними; если это делается, то является сигналом внимания к лицу противоположного пола.

Для американцев разговор с водителем такси не является чем-то экстраординарным.

С водителем автобуса разговаривать не принято. Половина американцев считает, что пассажир не должен просить водителя автобуса остановиться в нужном для пассажира месте. Внеплановая остановка автобуса возможна в следующих ситуациях: ночью, если нет никакого другого транспорта, если пассажир имеет травму, а также, если пассажир стар или инвалид.

Общение на улице

Американцы мало общаются на улицах, предпочитая общение в кафе или ресторанах. В парках и скверах общаются друг с другом пожилые люди, особенно если они часто встречаются в этих местах.

Идти по улице и разговаривать не принято, это делают только дети и подростки.

Общение в магазине

Общение между продавцом и покупателем характеризуется предельной вежливостью и приветливостью. С продавцами маленьких близлежащих магазинов принято здороваться и интересоваться их делами.

С другими покупателями в магазине общаться не принято, как и задавать им какие-либо вопросы – каждый делает покупки самостоятельно.

Если образуется очередь, то в ней, как правило, не разговаривают друг с другом (из 10 опрошенных американцев так считают 5 человек, 2 человека считают, что иногда это возможно). Задавать же вопросы стоящим в очереди не принято. И чем дороже магазин, тем труднее завязать разговор с посетителями. Вам просто не ответят на вопрос. Вопросы обычно задают, когда видят молодых людей, стоящих в длинной очереди: “Это очередь за билетами на рок - концерт?”, “Какой концерт?”.

Из 10 американцев, которым был предложен вопрос «разговаривают ли люди, стоя в очереди?» ответы распределились следующим образом: да -2, нет - 6, иногда - 1, жалуются - 1. Один информант не понял вопроса.

На вопросы ‘Можно ли отходить из очереди?’ и ‘Нужно ли в нее регулярно возвращаться?’ американцы почти единодушно ответили, что если занял очередь, то нужно в ней стоять. Отшел - потерял очередь. Отходить из очереди на короткое время ни в коем случае не принято, хотя такое иногда случается в супермаркетах, когда кто-либо забывает взять что-либо в пределах видимости. Тогда можно быстро отойти, взять то, что необходимо, и вернуться в очередь. В целом “культура стояния в очереди” в США развита не так высоко, как в России.

Американцы в большинстве своем считают, что задавать вопросы продавцу конечно же, можно, например: есть ли в продаже нужный вам размер, цвет; когда будет товар, если его нет сейчас; цена; подлежит ли товар уценке; где произведена вещь; инструкции по использованию и множество других вопросов. В основном это зависит от личности покупателя, но и от класса магазина тоже (однако конкретных пояснений информанты не дали).

Американцы утверждают, что стоять в очереди, чтобы задать вопрос продавцу нет необходимости, т. к. самих очередей нет. Если кто - то разговаривает с продавцом, принято подождать, пока они закончат разговор, и тогда можно задать свой вопрос. Это американцы не считают очередью. В Англии одного из респондентов сочли грубым человеком, т. к. он не понял, что там была очередь, хотя было всего два человека. Некоторые американцы полагают, что продавцов обычно вполне достаточно в магазине и кто - то из них определенно ответит на ваш вопрос. Ведут себя люди в магазине дружелюбно.

Выбрав товары в магазине, необходимо стать в очередь в кассу, если таковая есть. Называется она “checkout line”. Очереди в кассу обычно характерны для супермаркетов(особенно – по окончании рабочего дня) и крупных магазинов в выходные дни.

Одни американцы разговаривают с продавцами в магазине на разные темы, другие - нет. Это совершенно исключено, если продавец занят, но если по близости никого нет, почему бы и не перекинуться парой фраз. Долго и много говорить не следует.

По ответам опрошенных американцев можно судить, что в маленьких магазинчиках здороваться принято, хотя первыми это делают, как правило, продавцы.

В больших магазинах продавцы обычно улыбаются и кивают головой или бросают короткое "Hi", "Good morning", если встретились с вами взглядом. Покупатель поступает так, если хочет что-то спросить.

С посетителями магазина покупатели не здороваются, если не знакомы с ними.

Подавляющее большинство американцев считает, что спрашивать совета у продавца или нет - зависит исключительно от вас. Люди делают это часто, а продавцы даже рады посоветовать что - то, тем более, что это входит в их обязанности.

Общение в медицинском учреждении

К врачу нужно записаться заранее (это в любом случае). Врачи стараются укладываться во время, отведенное на каждого пациента, но "живые" очереди все равно существуют. В случае с семейными врачами этого практически нет.

Как правило, американцы постоянно ходят к одному и тому же врачу и все данные о пациенте занесены в компьютер.

Обычно врач задает стандартные вопросы: Что случилось? Когда вы почувствовали недомогание? В чем оно проявляется? При первом контакте с пациентом американский врач должен выяснить возраст, вес пациента, алкогольную и /или наркотическую зависимость, узнать, какие болезни встречались в роду у больного, что спровоцировало настоящее заболевание, явилась ли причиной стрессовая ситуация, может ли пациент рассчитывать на поддержку семьи и друзей. Нормальной температурой практически признана 98, 6 F. "Повышенная" температура - на 1-2 градуса выше нормы, т. е. выше 100 F.

Американские врачи очень любят посыпать пациентов на различные анализы, число которых может быть очень велико. Без многочисленных анализов они не ставят диагноз.

Разговаривают врачи с пациентами очень вежливо и спокойно. Осмотрев больного и проведя все необходимые исследования, врач рассказывает пациенту о его заболевании, о лечении, которое будет проводиться. Свое решение он сообщает больному или при встрече (в кабинете) или по телефону. Связь при этом двусторонняя. Или врач звонит пациенту, как только узнает результаты исследования, или нетерпеливый пациент может сделать это первым.

Говорят врачи откровенно, ясно, информацию не утаивают. В какой форме это преподносится, зависит от психологического состояния пациента. Чем бы ни был болен пациент, ему все говорят о его заболевании, ничего не скрывая. Американцы считают, что пациенты должны знать правду о состоянии своего

здоровья, неэтично скрывать от больного правду. Единственное, о чем не говорит врач обреченному больному - это сколько ему осталось жить.

Что касается времени общения врача и пациента на приеме, то большинство американцев считает, что официально оно не ограничено. Если это обычный профосмотр, то больному уделяется 15 - 30 мин., при этом много времени пациент общается с медсестрой.

Если у больного на руках больничный лист, он должен посещать врача раз в несколько дней. Регулирует посещения сам врач, в зависимости от заболевания, но лечат в Америке гораздо быстрее, чем в России.

Отсутствие у сотрудника больничных листов в течение года поощряется работодателем материально. Например, в университете в этом случае вам дополнительно оплачивается 9 рабочих дней и вы можете: а) получить деньги на руки; б) перечислить их в свой личный пенсионный фонд, в) прибавить 9 дополнительных оплаченных дней к отпуску.

Отвечая на вопрос о возможности вызова врача домой, одни американцы считают, что практика посещения больных на дому осталось в прошлом и фактически уже не существует; другие же полагают, что такая практика еще сохранилась в сельских районах, но является скорее исключением, чем правилом.

Если врач пришел к больному, не принято вести себя с ним как с гостем, так как это не визит вежливости, а деловая встреча. Поведение врача определяется правилами хорошего тона: снимает верхнюю одежду он, как правило сам, пациент может помочь повесить ее. Затем пациент провожает врача в ванную комнату помыть руки, дает чистое полотенце.

Обычно у пациента и его врача отношения складываются теплые, сердечные, вежливые. Как правило, есть общие темы для обсуждения.

Большинство американцев считают, что благодарить врача принято устно, некоторые допускают письменную благодарность. Подарков врачам как должностным лицам не делают, врач их и не ждет. Исключением может быть подарок к Рождеству или к какому - то из ряда вон выходящему случаю.

Общение в кафе, ресторане

Опрос около 20 американцев и стольких же жителей России, побывавших в Соединенных Штатах, показал, что в кафе и ресторанах для американцев характерны следующие особенности коммуникативного поведения.

Встречи в ресторане или кафе

Ресторан и кафе – очень популярное место встречи американцев. Американцы в принципе любят есть “не дома” и часто ходят в рестораны и кафе.

Ресторан/кафе в США является в равной мере как официальным, так и неофициальным местом общения. Там отмечаются как официальные, так и семейные события. Там ведутся деловые переговоры, отмечается завершение

переговоров и сделок. За столом, как правило, просматривают бумаги, документы, газеты, но не читают книги.

Ответы опрошенных американцев относительно того, как часто они ходят в рестораны, разделились. Некоторые ходят очень часто (3-5 в неделю), другие - только по особым случаям, третьи - вообще не ходят. Посещение ресторана два раза в неделю - средняя цифра для среднего американца.

Большинство опрошенных американцев считают, что ресторан является преимущественно местом для неофициального общения. Чаще всего в ресторане отмечают знаменательные события: день рождения, юбилей, свадьбу или ее годовщину. Там может состояться свидание или последняя встреча, когда пришло время порвать отношения.

Иногда в ресторан приводят просто голод и нежелание готовить дома. Здесь можно отметить окончание работы над проектом, или позавтракать с партнером по бизнесу, чтобы обсудить дела. Подруги часто встречаются, чтобы вместе позавтракать и поболтать. Свадьба или поминальный завтрак, как правило, проходит в отдельной комнате.

Некоторые люди предпочитают личные конфликты разрешать в ресторане, т. к. общественное место не позволит разразиться страсти, а эмоциям выплеснуться наружу, что скорее всего случится дома.

Опрошенные также отметили, что принято вести в ресторане и деловые переговоры. Делается это часто и, как правило, в наиболее уединенных уголках ресторана, специально отведенных для этого. Они удобны и для того, чтобы отметить завершение переговоров, сделок.

К приглашению в ресторан люди относятся спокойно, это не является особо торжественным событием.

Существует целый ряд ресторанов, баров и кафе, различающихся по своему назначению: Blue-colar bar – для рабочих; Family bar – для семейных; Ethnic bar\restaurant – национальные рестораны (особенно популярные); рестораны Fast Food (например McDonald's), College bar – для студентов, где спиртное подают по предъявлению какого-либо удостоверения личности (напомним, что спиртное в Америке разрешается употреблять только после 21 года). Входящего сюда могут спросить: Hi, can I see some I(dentification) D(card)? Could I see some forms of identification?

Существуют понятия cover charge – фиксированная входная плата в некоторых барах, поэтому при входе в бар рекомендуется спросить: Excuse me, is there a cover charge?, понятие Happy hour – в некоторых барах есть время, когда снижаются цены на напитки, а также понятие Lady's night – вечер, когда даме каждый раз подается бесплатный бокал напитка, когда спутник заказывает какой-либо напиток себе.

В ресторанах и барах обычно отмечают особые события. Для этого бывают не указанные в меню особые блюда (specials), о которых нужно спрашивать: Would there happen to be a special for today?

Кроме отдельных блюд в меню может стоять: All you can eat. Это означает, что за фиксированную плату посетитель имеет право выбрать целый ряд блюд по желанию и затем повторять их. Правда, иногда посетителя могут остановить.

В кафе и рестораны можно ходить с детьми, но не следует брать с собой животных. В гостиничных ресторанах можно устроиться даже с грудными детьми.

Не во все рестораны нужно ходить в вечерних туалетах, но в некоторых необходимы пиджаки и галстуки. Вечерние туалеты и макияж приняты только в очень дорогих ресторанах. В японские и китайские ресторанчики можно прийти даже в шортах.

В большинство ресторанов люди ходят в одежде, которая им правится, в которой они чувствуют себя наиболее комфортно. Главное, чтобы одежда была чистой, аккуратной. Женщины могут быть одеты как в юбки, платья, так и брюки, но не джинсы, если это не совсем уж затрапезное заведение.

Артисты выступают только в некоторых ресторанах. Задержаться в ресторане/ кафе можно на какой угодно срок, но не принято сидеть перед пустым столом, надо попросить принести хотя бы чашечку кофе, стакан сока или воды со льдом.

Быстро или медленно есть в ресторане - зависит от ваших привычек. Если спешите - едите быстро, если времени есть - можно не торопиться.

Одни американцы едят быстро, другие - медленно, третьи - читают во время еды (если они не в компании), четвертые - разговаривают с друзьями или играют с ними в какие - нибудь несложные игры. Следует отметить, однако, что в общественных местах не играют в шахматы, карты и т. д.

Алкогольные напитки американцы пьют везде, где это не запрещено законом. Они делают это перед едой или во время ее, в ресторанах, кафе, барах, домах. Это и пиво, и вино, и ликер. Больше всего пьют в баре или на дискотеке (обычно это пиво).

Алкоголь, поданный к столу, показывает, что это особое событие. Тот, кто совсем не употребляет алкоголь, не заказывает его и с праздничной едой. Многие предпочитают немного выпить, чтобы поддержать разговор за столом. Студенты пьют больше всего пива.

Недоеденную еду можно забрать домой. Для этого пользуются так называемыми "doggie bags". Однако не все делают так. Некоторые люди оставляют еду на столе, закон при этом требует недоеденное выбросить. Если к блюдам не прикасались, их можно отдать нуждающимся (бедным).

Детей в рестораны брать можно, но не во все и при условии, что они не будут мешать окружающим. Если они слишком шумят, родителей могут попросить увести их из зала ресторана.

Животным вход в ресторан запрещен, за исключением собак - проводников незрячих посетителей.

В ресторанах танцуют, только если там танцевальная площадка и музыка. Но это скорее исключение, чем правило.

Платит обычно приглашающий, хотя иногда старший по возрасту может настоять на том, чтобы заплатить; или это делает мужчина, разделяющий трапезу с женщиной. Если приглашающий не платит, он должен хотя бы выразить готовность сделать это, если раньше не было договорено иначе. "Пригласить в ресторан" подразумевает, по мнению части опрошенных американцев, что вы оплатите счет за еду. "Пригласить в ресторан", считают

другие из них, означает, что вы только называете место, где вы хотите поесть, когда делаете это предложение. Это может также означать, что вы встречаетесь в ресторане, едите вместе, а уходите порознь. Но обычно приглашающий обычно ставит все точки над “и” сразу, четко формулируя свое приглашение: “Я бы хотел пригласить вас на завтрак” (т. е. плачу я), Dutch treat (т. е. каждый оплачивает свой счет) или “Давайте позавтракаем вместе в следующую пятницу” (т. е. каждый платит за себя).

Очень часто платят все, кроме того, ради которого собирались в ресторане.

Споры о том, кому платить в ресторане случаются, когда кто-то хочет показать, что он может заплатить или не было договоренности об оплате заранее. Сильных споров не бывает, если на оплате настаивает хозяин.

Настаивать на том, чтобы заплатить за свою еду, является ритуалом, но спор на эту тему быстро заканчивается, если какой-либо человек ясно дает понять, что он/она намерен/а заплатить за еду. Часто этот спор заканчивается словами: “В следующий раз вы будете моим гостем” (хотя никаких гарантий, что это случится, нет).

Часто друзья оплачивают еду за себя, а выпивку - вместе, разделив ее стоимость между всеми членами компании. Если в ресторан идет компания - каждый платит за себя. В Нью-Йорке же, в частности в академической среде, за еду каждый платит сам, а за спиртное общая сумма делится на всех, независимо от того, сколько ты выпил и пил ли вообще. Правда, чаще тот, кто совсем не пил, не платит. Иногда каждый получает отдельный счет. Если есть необходимость, детали оговариваются заранее.

Общение с обслуживающим персоналом

Общение между обслуживающим персоналом и клиентами отличается вежливостью. Клиент всегда прав. Если официантка смертельно устала, она этого не покажет, будет приветливо улыбаться

Официанта можно попросить о следующих мелких услугах: подогреть блюдо, принести еще лед, телефон, заказать такси, упаковать остатки еды, сфотографировать вас и т.д.

Чаевые - традиция. В определенных типах ресторанов в различных городах установлен свой процент чаевых. В целом минимум составляет 10% от стоимости заказа, максимум не ограничен, но, как правило, не больше 25 %. Чаевые платят и в кафе, и даже бармену в баре. Исключение составляют только кафе самообслуживания. Чаевые составляют обычно 15 % за завтрак или ланч, 20 % за обед. Их платят за отличное обслуживание. Зарплата официанта невелика, по - крайней мере ниже средней оплаты, и 15 % чаевых - хорошая добавка к ней. Вы не обязаны платить чаевые, но этот неписаный закон все соблюдают. Таким образом вы помогаете человеку с низким заработком и стимулируете хорошее обслуживание. За плохое, грубое обслуживание плата меньше, за отличное - больше.

Сколько вы дадите, зависит от ваших возможностей, характера, настроения. В некоторых ресторанах чаевые включаются в счет, в других - добавляются к счету, когда расплачиваются. Нужно спросить у официанта, включены ли в счет чаевые (Could you tell me please, is the tip figured into the

bill ahead of time?), но он может и сам сказать вам об этом. Как правило, официанты не включают чаевые в счет, но иногда, когда обслуживают большую группу, они делают это.

Разговоры в ресторанах и кафе

Разговоры в ресторане и кафе ведутся негромко, принимают в них участие только те, кто пришел вместе. Не принято вмешиваться в разговор посторонних, подсаживаться к ним за столик или приглашать их к своему.

У американцев нет традиции петь в ресторане. Они ходят туда послушать профессиональных певцов и иногда только тихонько подпевают им.

Курить можно только в некоторых ресторанах в специально отведенных для этого местах. Во многих ресторанах вообще не разрешают курить.

В ресторан совершенно спокойно можно прийти одному, причем женщины ходят в ресторан без мужчин, если им этого хочется. Навязывать свою компанию им никто не будет.

Знакомиться у американцев в ресторане не принято. Некоторые американцы считают, однако, что ресторан вполне подходящее место для знакомства. Иногда дружба зарождается в ресторане, иногда в ресторане назначается первое свидание.

Не принято без крайней необходимости сажать за столик к посетителю незнакомого человека; если такое произошло, разговаривать с ним не обязательно.

Американцы легко идут на контакт, если вы обратитесь за помощью. В ресторане, проходя мимо вашего столика, американец, посмотрев на то, что вы едите, может осведомиться: "Это вкусно?" и получит не удивленный взгляд, а исчерпывающий ответ.

В барах общение между посетителями похоже на русское: обсуждают местные новости, рассказывают анекдоты, могут приобщать к беседе незнакомых людей, сидящих рядом.

Официальное общение

В Америке в общественном месте в случае затруднений принято обращаться за информацией или за помощью прежде всего к официальным лицам – полицейским, дворникам, почтовым работникам и т.д.

Необходимо проявлять особую вежливость к полицейским. Один русский журналист советовал с полицейским в Америке вообще не разговаривать, чтобы он не растолковал это как грубость или подкуп.

При обращении к официальным лицам принято здороваться, благодарить за ответ, вести себя дружелюбно и приветливо. Так же будут вести себя и официальные лица.

Деловое общение занимает центральное место в американском коммуникативном поведении. Основополагающим принципом американского делового общения является принцип вежливости, которому американцы следуют неукоснительно.

Деловое общение американцев характеризуется краткостью, деловитостью,

приветливостью всех участников диалога, стремлением к достижению решения поставленных вопросов в духе общей выгоды. В деловом общении американцы строго соблюдают назначенные сроки встреч. Существенная часть делового общения американцев осуществляется при помощи средств современной связи – телефон, факс, интернет, электронная почта.

Переговоры

В Америке переговоры ведутся в открытой и прямой манере за столом переговоров и не являются формальным скреплением печатями тех решений, которые были приняты где-то в кулуарах или частных беседах.

Во время переговоров американцы настойчивы и пытаются навязать партнерам свое мнение. Они всегда сосредоточены на получении потенциальной выгоды для себя, независимо от того, долгосрочный этот проект или краткосрочный. Как и большинство бизнесменов во многих странах, они любят торговаться, поэтому их первоначальные цены не следует расценивать как окончательные. Когда они пытаются сбить цену, это вовсе не является признаком сомнения или недоверия к вам. Во время переговоров их девиз: я сделаю это, если вы, в свою очередь, сделаете то.

Записанные на бумаге американской стороной цифры – это предварительные наметки. Американцы считают обязательным иметь подобные наброски, чтобы было удобнее их обдумать, обсудить или внести какие-либо изменения. Не следует рассматривать их предварительный проект как такой, от которого они уже не отойдут. Он станет законом только в случае подписания обеими сторонами. До этого момента никто из участников переговоров не несет никаких обязательств ни по одному из пунктов, хотя на предварительных этапах между переговаривающимися сторонами могут быть достигнуты промежуточные “дженльменские соглашения”.

У американских деловых людей своеобразное отношение к визитным карточкам. Визитные карточки достаточно широко используются в США, но они не так популярны, как в других странах, и особенно – в Европе. Иностранные могут пользоваться визитными карточками, как привыкли, но не должны удивляться, если во время деловых встреч или переговоров представители американской стороны не предъявят им свои визитки в подходящий, с точки зрения гостей, момент. Американцы обычно обмениваются визитными карточками только в том случае, если собираются встретиться с партнером вновь и продолжить с ним деловые отношения, а не в момент первой встречи.

Общение с коллегами на работе

Неформальное поведение на работе характерно для большинства американцев. Однако протокол о рангах зачастую присутствует и здесь, например, для персонала больших городских банков, юридических фирм и крупных корпораций. Во многих учреждениях, особенно в небольших городках, где люди хорошо знают друг друга, атмосфера более непринужденная и дружеская: с шутками и поддразниваниями, постоянными

хождениями туда-сюда, мимолетными разговорами и обращениями друг к другу по первым именам.

После окончания рабочего дня сотрудники американского учреждения могут покинуть офис, даже не попрощавшись, что, однако, не является признаком плохих личных отношений с коллегами – американцы этому не придают особого внимания, считается, что, возможно, коллеги опаздывали на автобус или поезд и просто не успели попрощаться.

Сотрудники американских учреждений предпочитают носить на работе повседневную, неофициальную одежду: свитера, куртки спортивного покроя, джинсы, шорты, рубашки с короткими рукавами и кроссовки. Зачастую бывает невозможно отличить руководителя предприятия от простого сотрудника. Но это скорее дань местным традициям или погоде, а вовсе не отсутствие уважения друг к другу или вышестоящему лицу.

Регулярные встречи персонала – характерная черта работы в большинстве офисов. Каждый из сотрудников может внести свое предложение, но оно должны быть сформулировано конкретным, лаконичным и предельно ясным языком. Если оно заинтересует управляющего, вас расспрашивают поподробнее. Американцу не свойственны колебания – стоит ли вносить свое предложение, на основании того, что они считают себя слишком малоопытным или новичком. Свои мысли американцы привыкли высказывать в равной мере коллегам и начальству.

Не принято обсуждать на работе личные вопросы.

Письменное деловое общение

Важнейшей особенностью американского делового письменного общения является неукоснительное следование принципу вежливости.

Так, сообщение позитивной, благоприятной для адресата информации в англоязычном деловом письме принято предварять этикетными фразами, типа I am pleased \ happy \ delighted to tell \ to inform \to advise you (Я рад\ счастлив проинформировать Вас\ С удовольствием сообщаю...), тогда как негативная или неблагоприятная для адресата информация вводится фразами, типа I am sorry \ I regret to tell you \ to inform you (К сожалению, вынужден сообщить Вам). Данная закономерность отмечается не только в формальных деловых письмах, но и в неформальной деловой переписке, когда адресат и адресант находятся на равном иерархическом уровне и поддерживают дружеские отношения. В этом случае указанные этикетные фразы приобретают неформальный оттенок, например, I was \ am glad..... It was good (Я рад, что... Замечательно, что ...) I am afraid.... , It's a pity(Боюсь, что... Жаль, но...), но, тем не менее, обязательно присутствуют в тексте.

Обязательным элементом американского делового письма является благодарность. Вряд ли можно найти ответное письмо, в котором не содержалась бы благодарность по крайней мере по поводу получения письма от партнера. Более того, письмо-благодарность (thank-you letter) как особый тип делового письма очень широко распространено в англоязычной деловой корреспонденции. Примечательно, что подобный тип практически отсутствует в русской деловой переписке.

Показателен с точки зрения принципа вежливости и следующий факт. Авторы писем, как правило, сообщают о своей цели уже в первом параграфе: 'I am writing to you with some important information about your investment in the above fund'. Таким образом корреспонденты проявляют уважение к друг другу, экономя время адресата

В деловом письме используются стандартизованные вежливые формы завершения письма типа I look forward to hearing from you в целях поддержания уважительных контактов между коммуникантами в дальнейшем.

Общение с потенциальным работодателем

В Америке существуют особые правила общения с потенциальным работодателем во время собеседования (интервью) по поводу приема на работу.

Американцам рекомендуется соблюдать следующие правила.

Одежда должна быть хорошей и консервативной. Мужчинам рекомендуется надевать темный костюм, светлую рубашку и галстук. Женщинам - темную или серую юбку, закрывающую колени, пиджак и светлую блузку. Грим должен быть легким, не используется темная помада и тени для век.

Приходит на интервью нужно не позже, чем за 15 минут до начала. Интервьюера можно приветствовать рукопожатием.

При разговоре нужно смотреть в глаза собеседнику и в меру улыбаться. При этом не рекомендуется класть ногу на ногу и скрещивать руки.

Необходимо избегать агрессивного и высокомерного тона, не выглядеть всезнайкой, не обнаруживать неуверенность в вопросах своей карьеры, демонстрировать четкое знание своих целей.

Не стоит упоминать фамилии своих знакомых, проявлять чрезмерный интерес к зарплате.

Не следует подчеркивать желание работать короткий срок.

При устройстве на работу кандидат должен иметь CV (curriculum vitae, т.е. краткую информацию об образовании и опыте работы), а также рекомендательные письма (letters of recommendation, reference letters, references).

В США запрещено отказывать в работе на основе расовой, национальной, религиозной принадлежности, пола или людям с физическими недостатками.

Общение при ухаживании

Общение американцев и американок в процессе ухаживания имеет как черты, общие для всех народов, так и специфически американские черты.

Основная форма общения влюбленных людей – свидание. Когда мужчина приглашает женщину на свидание, он традиционно заходит за ней домой, оплачивает все расходы за вечер и провожает её домой в конце вечера. До Женского Освободительного Движения предполагалось, что женщина должна сидеть дома у телефона, ждать и надеяться, что мужчина её мечты позвонит ей. Сегодня свободная и равноправная американка может взять инициативу в

свои руки и сама пригласить понравившегося ей мужчину на вечеринку, в театр, на ужин домой или в ресторан.

При ухаживании партнеры часто приглашают друг друга вместе обедать или ужинать в ресторан, это самая распространенная форма общения. Обычно вечер оплачивается приглашающей стороной. Традиционно пригласивший женщину мужчина оплачивает расходы за вечер. Если приглашает женщина, то она оплачивает, по крайней мере, часть расходов. Часто мужчины и женщины, состоящие в дружеских, а не романтических отношениях, приглашают друг друга на условиях Dutch treat, что означает, что каждый платит за себя. Однако неплохо приглашенному сделать жест, что он\она желает заплатить за себя. На это может быть дан ответ: No-no! This is my treat!; Ah! Put your wallet away. This is my treat; Don't even think about it. It's my treat; This one's on me!

Знакомства могут происходить на вечеринке, в баре. В студенческой среде распространено знакомство по типу *hook-up*, когда девушка приводит с собой на свидание свою подругу, а ее парень приводит своего друга и они их знакомят.

Не принято знакомиться в ресторане и на улице, знакомятся в основном на частных вечеринках или в барах.

Как отмечали побывавшие в Америке российские студенты и аспиранты (мужчины), заговаривать или пытаться помочь незнакомой женщине надо с осторожностью, т.к. если она усмотрит в этом попытку приставания, мужчину могут привлечь к ответственности. Правда, ни один из опрошенных не отметил, что лично у него был такой эпизод в Америке. Им говорили, что такое может иметь место, особенно в отдельных штатах (например, Висконсин).

Пытаясь ухаживать за незнакомой женщиной в Америке, мужчина должен убедиться, что он ей “не неприятен” (как выразился один из опрошенных студентов). Если же женщина держится холодно, официально, лучше эти попытки ухаживания прекратить, т.к. у женщин есть в таких случаях право пожаловаться в полицию и “ярые феминистки” этим правом пользуются.

Если женщина говорит “нет”, мужчина не должен воспринимать это как кокетство. Проявлять в этих случаях настойчивость, как бывает в России, не рекомендуется. Можно сказать, что в общении между мужчинами и женщинами (как вообще при общении в Америке) характерны более прямые взаимоотношения, чем в России..

В Америке свидание может назначить и женщина (в современном американском обществе считается даже более предпочтительным, если женщина сама проявит инициативу при знакомстве), хотя традиционнее, если это делает мужчина: Ann, would you like to go to dinner and a movie this Friday? Alonzo, can I interest you in two tickets to a Mets' game and dinner at my parents' house? Leslie, if you are free this Saturday, would you like to go to a new dance club that they've opened in Olympic Fields?

Положительный ответ может звучать так : Sure, that sounds like a lot of fun.; I'd love to. What time would you like to meet? I'd be delighted to. May be we can get together later to hammer out the details.

Варианты, если приглашаемая сторона не заинтересована: Oh, that's really nice of you but I'm really busy for the next month and can't find a moment of spare time; Thank you, Bob, but I should tell you, I have a boyfriend and I don't think he would be too happy if I started dating other guys.

Обычно, если мужчина имеет машину, он заезжает за девушкой. Если инициатор встречи женщина и у нее есть машина, встречаются в условленном месте. Если машина у обоих, могут встречаться на машинах в условленном месте.

Как уже отмечалось выше, американцы обычно не предлагают знакомой женщине руку при ходьбе. Прогуливаться под руку, как в России, у них не принято. Влюблённые (молодежь) обычно держатся за руки.

На танец может пригласить и мужчина, и женщина. Женщина может отвергнуть приглашение, если она по какой-либо причине не хочет танцевать.

Приглашая на танец, американец скажет что-либо типа: Would you like to dance?

Возможные ответы: - Sure, thank you\Thank you. I would; I'd love to; No, thank you.

Мужчина обязан проводить женщину домой. Женщина может пригласить провожатого зайти к ней домой, часто в целях безопасности, чтобы он удостоверился, что там все в порядке, и он при этом не должен воспринимать это приглашение как намек на возможность перехода к более близким отношениям, как в России.

Если американец приглашает свою попутчицу по поездке закусить вместе с ним, то это, как уже отмечалось, часто является сигналом внимания к лицу противоположного пола.

Подготовка к свадьбе

Выбор будущего супруга (супруги) обычно происходит без участия родителей. Уже в школе дети начинают встречаться. И хотя родители приветствуют браки между людьми одного социального слоя, одного вероисповедания, дети, когда уезжают из родного дома, выбирают себе пару необязательно по этим параметрам. Количество браков между людьми разного вероисповедания или разной расы продолжает увеличиваться, хотя браки между белыми и черными продолжают оставаться редкостью.

Возрастная планка вступающих в брак в Америке поднялась: средний возраст мужчин, вступающих в брак - 25,5 лет, средний возраст женщин - 23,3 года. Браки регистрируются с 18 лет - без родительского согласия, с 16 лет - с родительским согласием. Средний размер американской семьи -3,2 чел.

Обычно, когда молодые люди решили пожениться, они объявляют о своей помолвке в кругу друзей и родных. Будущие муж и жена встречаются со своими родственниками, планируют свадьбу и медовый месяц, подыскивают дом (квартиру), обставляют ее мебелью.

Перед вступлением в брак молодые люди должны сдать анализ крови и получить свадебную лицензию (marriage license).

Мужчина дарит невесте обручальное кольцо с бриллиантами. Родители невесты дарят ей приданое (одежду и постельное белье). Подруги дарят что-

либо для нового дома. Подарки обычно дарятся на вечеринках за неделю до свадьбы.

Свадьбе предшествуют несколько вечеринок: Wedding Shower – прием гостей для преподнесения подарков невесте. Гости приходят с открытками-поздравлениями. Здесь решается вопрос, как обеспечить молодых всем необходимым. Гости, которые не могут присутствовать на свадьбе, дарят подарки. Также проходят Bachelor Party (мальчишник) и Bachelorette Party (девичник). Иногда в мужскую компанию приглашают девушку-танцовщицу (которую предварительно прятут в торт).

Если Вы не приглашены на свадьбу, принято поздравлять ваших знакомых открыткой. Открытки с готовыми текстами продаются, на них только нужно дописать Sincerely + имя + фамилия.

Свадьба

Приглашенные на свадьбу обычно также подписывают открытку со специально подобранным торжественным текстом. Ее дарят вместе с подарком или деньгами. Сумма примерно должна покрывать расходы на угощение гостя. Часто жених и невеста составляют список того, что они хотели бы приобрести и оставляют его в супермаркете. Гости покупают подарки в соответствии с этим списком и своими финансовыми возможностями.

На свадьбе невеста, как правило, в белом платье и вуали, старается одеться в соответствии с традицией “Something old, something new, something borrowed, something blue” (Что-нибудь старое, что-нибудь новое, что-нибудь взятое напрокат, что-нибудь голубое). Мужчины во фраках, в основном взятых напрокат для этой цели. Обычно в день свадьбы жених и невеста не должны видеть друг друга до церемонии.

Церемония может проводиться в церкви, синагоге, дома, в отеле или даже на природе, в парке. Можно просто пойти в City Hall и зарегистрироваться без друзей.

При торжественной церемонии отец подводит дочь к алтарю и передает мужу. Перед невестой идет маленькая девочка (a flower girl) и разбрасывает перед ней цветы. Flower girl и подружки невесты (которых может быть несколько), как правило, одеты в платья одинакового фасона и из одинакового материала.

Кольца носят на 4-ом пальце левой руки. Раньше считалось, что именно от этого пальца начинается вена или нерв, ведущий к сердцу. Молодые обещают любить друг друга “until death do us part”, и они объявляются мужем и женой.

После церемонии гости кидают в молодоженов рисом (символ плодородия). Машину украшают пустыми консервными банками или старыми ботинками (грохот отпугивает злых духов), прикрепляют надпись “Just married”. Следует вечеринка с выпивкой и танцами, как правило, ее устраивают родители невесты. Гвоздь программы - свадебный пирог, многослойный, покрытый белой глазурью. На верхушке торта - фигурки жениха и невесты или свадебных колоколов. Кусочек торта можно забрать домой.

Есть старые свадебные приметы: если одинокая женщина положит кусок свадебного пирога под подушку, то ей приснится ее будущий муж. Муж кидает друзьям подвязку невесты (смысл тот же). Невеста перед тем, как покинуть вечер, бросает букет в толпу девушек. Кто поймает, тот следующей выйдет замуж.

Когда молодые входят в свой дом, муж переносит жену через порог.

Официальные поздравления по случаю свадьбы могут быть следующего вида: Our warmest congratulations on your marriage.(on the marriage of your son\daughter); I (we) can't tell you how happy we are for you and your husband\wife(for you two\you all; Congratulations on your getting married\on your son's\daughter marriage; Congratulations on your marriage.

Вступающие в брак во второй раз все церемонии делают не столь пышными и громкими, без большой вечеринки.

Годовщины свадьбы празднуют тет-а-тет. В поздравлениях, таких же, как и на свадьбу, вместо слов “marriage” и “Wedding” употребляют “10th wedding anniversary”.

Отмечают все годовщины свадьбы - есть ситцевая, деревянная и т.д. Обычно идут вдвоем в ресторан. Иногда на годовщину свадьбы устраивают так называемый второй медовый месяц (second honeymoon) – едут на уикенд в другой город, останавливаются в отеле в номере для новобрачных.

Торжественно в присутствии гостей всегда празднуется серебряная и золотая свадьбы.

Общение в праздники

Большинство американцев с нетерпением ожидают наступления праздников и отпусков, окончания рабочей недели. Опросы показывают, что за последние 15 лет свободное время американцев уменьшилось на 36% и стало еще более ценимым.

В настоящее время рабочий день американцев составляет 8 часов, рабочая неделя - 5 дней, оплачиваемый отпуск - 2-4 недели в году, оплачиваемые праздники -10 дней в год.

Говоря о праздниках, отмечаемых американцами, необходимо выделить:
-национальные праздники, отмечаемые во всех или в большинстве штатов;
-праздничные дни, отмечаемые всеми, но не являющимися выходными днями;

-религиозные праздники.

Национальные праздники:

- Новый год - 1 января.
- День памяти Мартина Лютера Кинга - 3-й понедельник в январе.
- День Президента - 22 февраля.
- День древонасаждения - 22 апреля.
- День матери - 2-е воскресение в мае.
- День памяти - последний понедельник в мае.
- День флага - 14 июня.
- День отца - 3-е воскресение в июне.

- День Независимости - 4 июня.
- День Труда - 1-й понедельник в сентябре.
- День Колумба - 2-й понедельник в октябре.
- День ветерана - 11 ноября.
- День Благодарения - 4-й четверг в ноябре.
- Рождество -25 декабря.
- Праздничные, но не выходные дни:
- День Св.Валентина - 14 февраля.
- День апрельского дурака - 1-е апреля.
- HALLOWEEN - 31-е октября.

Религиозные праздники:

- Еврейская Пасха (PASSOVER) - март-апрель.
- Пасха - воскресение в марте/апреле.
- День света /еврейский праздник (HANUKKAH)-ноябрь/декабрь.
- День Св.Патрика - 17 марта.

Приглашая в гости в праздничные дни, американцы очень часто используют письменное приглашение. Если в приглашении написано: R.S.V.R - нужно написать письменный ответ. Если в приглашении указано: R.S.V.R. regrets only - отвечать нужно только в случае невозможности принять приглашение.

Разговор за праздничным столом имеет свою специфику. Праздничное застолье располагает к разговору. За столом говорят о событиях, лежащих в основе праздника, а также о сегодняшнем дне и событиях прошлого, говоря "А помнишь?".

На Новый год обсуждают, что нового произошло в семье, разговаривают о будущем. Часто принимают новогодние "резолюции" (Resolutions): похудеть, навещать родственников, делать пожертвования и т.д.

В День матери (День отца) говорят о родителях. Если они живы, вспоминают вместе интересные, веселые, запомнившиеся события из их жизни. Если умерли, поминают, вспоминая все хорошее, доброе.

В День памяти говорят об исторических событиях, связанных с этим днем, а также вспоминают умерших или погибших членов семьи.

В День Независимости говорят на обычные, повседневные жизненные темы, а также о свободе, правах человека на свободу, гарантиях этих прав, затрагивают связанные с ними политические и общественные темы.

В День Благодарения каждый произносит благодарность за все хорошее, что было в его жизни.

В Рождество говорят о празднике, о подарках, о тех, кто нуждается во внимании и помощи, о событиях, описанных в Библии.

В канун Пасхи говорят о весне, жизни, событиях, связанных со смертью и воскресением.

В День Св.Валентина ведутся шутливые, сентиментальные разговоры. Читают валентинки, если адресат выражает согласие, а также семейные

валентинки из семейного почтового ящика, специально сделанного за неделю до праздника.

В День апрельского дурака рассказывают шутки, анекдоты, юмористические истории, пересказывают в юмористическом ключе события дня.

В праздник Halloween основные цвета - черный и оранжевый - символизируют смерть и урожай, которые представлены на празднике разнообразной нечистью (веселой и страшной), а также плодами труда земледельцев - яблоками, тыквами, пирогами из тыквы, орехами, кукурузой и т.д.

Активную роль в праздновании Halloween играют дети. Ряженые дети переходят из одного дома в другой и предлагают жителям традиционный для этого дня выбор - trick or treat ("розыгрыш или угощенье").

В случае отказа в угощении дети могут подшутить над хозяином дома - разрисовать мылом окна, оставить надписи на дверях, перевернуть мусорные контейнеры, вставить булавку в дверной звонок, разбрьзгать крем для бритья на машину и т.д. Если праздник приходится на школьный день, дети могут прийти в школу с костюмами для праздника, и несколько последних уроков превращаются в парад привидений, ведьм и прочей нечисти. Традиционными являются костюмы ведьмы Дороти из "Волшебника страны Оз", кота с коробкой из -под корма для кошек, которую можно использовать для сбора угощений, цыганки-гадалки с картами, божьей коровки, оборотня, снеговика.

Существуют правила поведения для детей в этот праздничный день:ходить по домам только в группах ряженых и никогда - по одному, никогда не входить внутрь незнакомого дома, младшие дети должны ходить вместе со старшими.

После праздничного обеда принято посмотреть фильм ужасов или всей семьей почитать страшную историю. Принято также играть в особые для этого праздника игры: доставать зубами яблоки из миски с водой, рисовать портрет ведьмы (по очереди, загибая предыдущее изображение), искать сокровища, спрятанные в страшной и темной комнате, распутывать нить-паутину, чтобы найти страшный приз и т.д.

Для встречи ряженых готовят угощения - леденцы, фрукты, пакетики чипсов или попкорна, мелкие монеты, цветные карандаши, книжки, стикеры с символикой Halloween. Домашнюю выпечку принято дарить в пакетах, на которых указаны имя и адрес.

Праздничное застолье у американцев проходит довольно скучно. За столе никто не ведет, тамады за столом, как правило, нет. Свадебное торжество обычно длится один день. Стол не может сравниться с русским по обилию напитков и закусок – у американцев все гораздо скромнее. За столом далеко не всегда царит непринужденная, веселая атмосфера: если в России во время праздничного застолья произносятся тосты, рассказывают шутки и анекдоты, поют застольные песни, то американские застолья всегда более скучные.

По американской традиции человек, в честь которого произносится тост, обычно не присоединяется к тосту, в отличие от русской традиции. У

американцев нет понятия “штрафная рюмка”, не принято заставлять человека пить против его воли.

Американцы любят пение, у них есть традиционные праздничные песни: Новый год - ”Old Lang Syne”.

День Памяти Мартина Лютера Кинга - ”We shall overcome”, а также патриотические песни и песни протеста.

День древонасаждения - песни о природе.

День памяти - хоры исполняют патриотические песни.

День флага - ”The Star-Spangled Banner”, патриотические песни.

День Независимости - веселые, а также патриотические ”Yankee Doodle” (15 век, Голландия), ”America, the beautiful”.

День Благодарения - ”Over the river and through the woods” (L.Child, 1860).

Рождество - Christmas Carols (Silent Night), Jingle Bells, Rudolf the Red-Nosed Reindeer.

День Св.Валентина - ”Let me call you sweetheart”.

Существуют определенные ограничения на количество и состав гостей на праздники, а также определенные праздничные ритуалы соблюдаемые обычно всеми празднующими.

Новый год - семейный праздник, но можно также пригласить друзей и новых знакомых. В этот день традиционно все смотрят телевизор - передачу с Times Square, N.Y., и все считают хором, когда падает шар. Когда он внизу, все кричат: ”Happy New Year”. Также традиционно смотрят парад на трейлерах, из Калифорнии - машины украшены цветами, представлены различные сценки из жизни, спектаклей, фильмов, книг. (Первоначально этот парад был посвящен созреванию апельсинов.)

Дни матери и отца - семейные праздники.

День Независимости - собираются семьями на пикниках, часто едут на побережье. Жители Филадельфии приходят к историческим местам. В зале Независимости (Филадельфия) проходит фестиваль драматических сцен, изображающих подписание Декларации. Все смотрят фейерверк, слушают звон колоколов.

День Благодарения - семейный праздник. Собираются обычно у самого пожилого члена семьи. Жители и благотворительные организации организуют традиционное угощение для бездомных. В Плимуте люди посещают специально выстроенный корабль ”May Flower II” (копия корабля, на котором приехали в Новый Свет первые переселенцы), осматривают воспроизведенную оригинальную деревню пилигримов.

Рождество - семейный праздник, но можно пригласить близких друзей. Принято посещение церкви накануне и в утро Рождества.

Пасха – непременный семейный обед. Принято посещение церкви рано утром. В этот день проходят City's Easter Parades. В Пасхальный Понедельник на газоне у Белого Дома происходят соревнования по катанию вареных яиц (развлечение для детей). Туристы в этот день могут свободно передвигаться по газону Белого Дома.

Halloween - семейный праздник с приглашением друзей. В этот день, как уже отмечалось, устраиваются походы ряженных детей, произносящих: "Trick or treat, give me smth good to eat".

День Мартина Л.Кинга - церковные службы, посещение торжественных церемоний, просмотр по телевидению передач о гражданских правах.

День рождения А.Линкольна - посещение памятников Линкольну, например, в Вашингтоне и Спрингфилде, штат Иллинойс, где он провел юношеские годы.

День рождения Дж. Вашингтона - посещение пышных зрелиц, представляющих сцены из жизни Дж. Вашингтона и всей страны тех лет. Торговцы используют этот день для организации ярмарок и привлечения людей.

День Памяти - посещение кладбищ. Также в этот день посещают кладбища для животных.

День флага - собираются в публичных местах, слушают выступления, речи.

День труда - устраиваются пикники.

День ветерана отмечается парадом ветеранов, торжественными церемониями у могилы Неизвестного Солдата на Арлингтонском кладбище, сбором пожертвований в поддержку ветеранов, воевавших за рубежом.

В День Св. Патрика в Нью-Йорке, Бостоне, Филадельфии, Чикаго и Атланте проходят парады. Участники одеты в национальные ирландские костюмы. Оркестры играют песни, посвященные Ирландии. Изобилие зеленого цвета. В Чикаго даже красят реку в зеленый цвет.

Дети в праздничные дни активно участвуют в организуемых для них играх и развлечениях. На Новый год они участвуют в различных играх и принимают новогодние "резолюции". В День памяти дети читают книги о погибших героях. Взрослые стараются рассказать детям о смерти так, чтобы не испугать ребенка, чтобы он принял смерть как нормально существующее явление.

В День флага младшие школьники читают клятву верности флагу.

В День Независимости проводятся всякие необычные парады: семейные, велосипедные (украсив велосипеды цветами), парад игрушек, парад детей района.

В День Благодарения дети упражняются в произнесении благодарностей за все хорошее, произнося благодарности на каждую букву алфавита.

На Рождество дети разыгрывают сценки рождения Христа, читают отрывки из "A Christmas Card" Ч.Диккенса, стихотворение К.Мура: "The night before Christmas"(1823г).

На Пасху дети рисунками или вырезками из журналов украшают дом. Используют также цветы, воздушные шары.

В День Св.Валентина дети принимают самое активное участие в написании семейных валентинок. Например: "Мама, ты лучше всех печешь торты", "У Джо потрясающее чувство юмора" и т.д.

День апрельского дурака - время детских шуток и шалостей: позвонить в зоопарк и попросить м-ра Льва к телефону, смешать соль и сахар, привязать ниточку к кошельку, который оставить на улице и т.д.

Праздник Halloween позволяет детям устраивать походы ряженых, украшать дом, играть в традиционные для этого дня игры.

Письменные поздравления в праздники очень популярны. Это обычно покупные или самодельные открытки. Так, в День Благодарения, текст может быть следующим: "Спасибо за то, что Вы есть и делаете нашу семью тем, что она есть". В День Пасхи: "Happy Easter". В День Рождества: "Merry Christmas and a Happy New Year". В День Св.Валентина: "Не убивай, будь моей!", "Мне даны глаза, чтобы только смотреть на тебя", "Я и пенса не стою без тебя".

Безусловно, в каждый праздничный день люди поздравляют друг друга общепринятыми фразами и выражениями. Но некоторое праздничные дни имеют свои особенности. Так в День Матери устраивается домашний театр и показывается домашняя пьеса в честь мамы. В День Памяти передается речь президента, читаются молитвы, солдаты участвуют в торжественной церемонии на Арлингтонском кладбище. День Флага знаменуется ежегодной речью президента, призывающей вывешивать национальные флаги на домах и учреждениях. Произносятся также речи в публичных местах. В День Труда также много публичных выступлений. Часто звучит "I hear America singing" Уолта Уитмена. В День Ветерана в 11 часов утра минута молчания является данью всей нации памяти погибших ветеранов. В День Благодарения в публичных речах традиционно цитируют Дж.Буша "...семена демократической мысли, посевянные на этих берегах, продолжают давать корни по всему миру. Великая свобода и процветание, которые мы освящаем - это причина для празднования, но это также и ответственность." (1990г.)

Большая часть праздников отмечается официальными вечеринками коллег и сослуживцев в ресторанах. В Рождество сослуживцам дарят сувениры, в день Св.Валентина - сувениры и валентинки.

В учебных заведениях также отмечаются праздники - готовят сценки, делают рисунки и открытки, разучивают стихи и песни. Например: "Клятва Флагу", "Колумб" Дж.Миллера, Christmas Carols и т.д.

Формулы поздравления с праздниками: Happy New Year! Happy Valentine's Day! Happy St. Patrick's Day!/Happy St. Pat's Day! Happy Mother's Day!Happy Father's Day! Happy 4-th of July! Happy Halloween! Happy Thanksgiving!/Happy Turkey Day! (шутливо, с намеком на блюдо с индейкой), Merry Christmas/Merry Exmas (Xmas)! Happy Hanukkah!

Как уже отмечалось, в праздничные дни не употребляются выражения I congratulate you on..., Congratulations on...

Большое своеобразие отличает празднование американцами семейных праздников.

День рождения отмечается дома с приглашением родственников и друзей. Очень часто он отмечается в ресторане. Во многих учреждениях есть традиция отмечать дни рождения сотрудников. Обычно виновнику покупают торт. Поздравить и подарить подарок можно заранее, если существуют извиняющие обстоятельства. Но подарок распаковывают и рассматривают только в день рождения.

Поздравляя с днем рождения, говорят: Happy birthday + имя! Happy B-day (среди ровесников) Выражение Many happy returns of the day! устарело и используется лишь пожилыми людьми.

В США не сам “новорожденный” организовывает вечер (Throws a party) для гостей, а его семья и друзья. Они готовят праздничный стол, приглашают его в ресторан, дарят подарки. Иногда дарят деньги (обычно младшим). На торте зажигают свечи и поют традиционную песню “Happy birthday to you” (также популярна песня “For s\he’s a jolly good fellow”). После песни задуваются свечи и загадывается желание.

Есть особые даты, которые празднуются с размахом: 18, 21, 30, 40, 50 и другие круглые даты.

День рождения ребенка часто отмечают тематической экскурсией или пикником. Например, поездка в парк развлечений, комнату игр и т.д.

Новоселье отмечают, особенно, если это первый дом или квартира. Приглашают друзей, родственников. Они дарят вещи, полезные в доме, хозяйстве. Принято хвалить квартиру, желать счастливой жизни в ней.

Отмечается также рождение ребенка. Этому событию предшествует baby shower – специальный прием гостей. Раньше в нем участвовали только женщины -будущие мама и бабушка, другие женщины-родственницы, подруги и коллеги. Теперь в этой встрече может участвовать и мужская сторона. Baby shower так же проводится, если в семье появляется удочеренный/усыновленный ребенок. Обычно вся информация о малыше в этом случае является открытой.

После рождения ребенка происходит его крещение. В этом участвуют родители, свидетели, родственники. После этого устраивается вечер, когда гости преподносят небольшие подарки (примерно в \$25) и поздравительные открытки: Congratulations on the baptism of your son\daughter,

Существует традиция праздновать окончание восьмого и двенадцатого классов школы, колледжа, при получении степеней (Bachelor’s Degree, Master’s Degree или Ph.D). Празднуют дома или в ресторане. Гости приносят открытку и подарки. Выпускнику школы дарят \$ 25, а в Чикаго еще популярен букет красных роз.

Поздравляют так: Congratulations on your graduation (graduating) Congratulations! (We’re so proud of you!) Finally!!! I thought this day would never come.

У американцев принято дарить подарки человеку, который у них в гостях. Подарок не должен быть дорогим. При этом говорят: This is to remind you of your stay in Chicago. This is just a small token of our appreciation for visiting our class today. Thank you so much. So that you don’t forget us we’d like to give you this small token of our attention.

Иногда отезжающему вручают care package с различными съедобными и несъедобными мелочами. Благодарность за это обычно выражают так: (Oh), thank you so much + имя человека, You (really) shouldn’t have! (Why) How nice. This is so thoughtful! How sweet! I’m touched!

В течение вечера принято открыть подарок и прочитать открытку. Восхищение выражают так: What a beautiful card! I can tell you put a lot of

thought into picking out this card. (открывая подарок) I'm doing this slowly so as not to destroy\wreck the lovely wrapping paper that you picked out. How lovely! Why, how beautiful! Oh, how nice! I've never seen such an unusual set of placemats! Oh, my. This is beautiful. I can see that you must have put a lot of thought into this gift. I'm touched\moved.

Дальних родственников и знакомых принято письменно благодарить за поздравление и подарок. Для этого можно купить специальные Thank you cards.

Опрос группы американцев о проведении праздников (13 человек: 1 мужчина и 12 женщин) показал следующее.

Отмечаемые популярные праздники распределились в ответах респондентов следующим образом:

Thanksgiving - 11, Christmas - 10, New Year - 8, July,4th - 7, Easter - 6, Halloween - 4, Valentine's Day - 2, Hanukkah, Labor Day, Passover, birthday - 1.

Таким образом, самые популярные праздники, отмечаемые большинством – День Благодарения, Рождество, Новый Год, День Независимости, Пасха, Хэллоуин и День Св.Валентина. Обращает на себя внимание низкий рейтинг популярности празднования дня рождения.

Праздники отмечают семьей, особенно Christmas (5 чел.) и Thanksgiving (4 чел.), Большая часть общения проходит за праздничным столом с традиционными угощениями. Разговаривают о событиях и планах в жизни членов семьи. Подарки (одежда, аксессуары, электроника, CD-s, деньги, книги) и открытки традиционны в Xmas и Hanukkah. В праздник Thanksgiving можно подарить что-нибудь к столу.

Пение за столом менее популярно, чем в России. Только 5 человек говорят о традиционных “carols” в Christmas. По 1 респонденту упомянули пение в дни Thanksgiving, Passover, Hanukkah.

Праздничные украшения упоминаются в Xmas (5 чел.), Thanksgiving (3 чел.). Пожелания детей о подарках можно ожидать накануне Xmas (4 чел.). Скорее всего, они будут выражены в письме к Santa Claus.

По поводу ограничения количества гостей в праздники большинство отмечает, что “it depends”. Но в основном популярные праздники - это семейные собрания, особенно Xmas.

Среди традиционных визитов – посещение членов семьи, соседей, церкви, кладбища (Mother's Day, Father's Day, Memorial Day).

На официальные вечера, по мнению опрошенных, нужны приглашения, а неофициальные (Halloween) можно посетить и без них (8 чел.).

Самым костюмированным детским праздником, отмечаемым в школе, по ответам респондентов является Halloween (8 чел). За ним идут Xmas (3 чел) и Valentine's Day (1 чел.).

Поздравить можно накануне праздника. Поздравить можно даже незнакомого человека, если вы не в Нью Йорке – там это не принято.

10 респондентов отмечают праздники на работе (Xmas, время между Thanksgiving и New Year) или вечеринкой в офисе или в ресторане. В этом

случае личным друзьям и коллегам дарятся небольшие сувениры в красочной упаковке.

Принято, чтобы дети готовили самодельные подарки к таким дням как Birthdays, Halloween, Valentine's Day, Xmas, Mother's \ Father's Day.

Что такое профессиональный праздник для большинства респондентов осталось непонятным. Профессиональных праздников в США нет.

Общение в свободное время

Свободное время для американцев – дело святое. Американец не будет в свободное время заниматься служебными вопросами. Не принято звонить домой по служебным делам в вечернее время, а тем более – в уикенд.

Распределение свободного времени взрослых американцев в течение недели по данным журнала “Hello”(№3, 1996г.) выглядит так:

спят	49,3%
смотрят телевизор	17,3%
общаются с друзьями	9,9%
физические упражнения	8,4%
едят	7,1%
выполняют работу по дому	7,0%
готовят пищу	5,8%
читают	2,9%
стирают	1,7%

Таким образом, общение занимает у взрослых американцев не более 10 процентов свободного времени, причем почти столько же, сколько физические упражнения. Общаюсь с родственниками, лицами противоположного пола, знакомыми, американцы очень часто пользуются телефоном и электронной почтой.

Гулять компаниями по улицам или с детьми особенно не принято. Обычно идут куда-нибудь с определенной целью: в кафе, ресторан, кино, бар и т.д. Некоторые люди используют прогулку по улице в качестве физической нагрузки.

Около своих домов американцы никогда не сидят, не разговаривают друг с другом и никого не обсуждают.

Дети общаются как с детьми, так и с взрослыми, а также очень много времени проводят за компьютером и у телевизоров.

С детьми чаще всего ездят на семейные экскурсии , иногда несколькими семьями на своих машинах.

Роль кафе и ресторанов в общении очень велика. Они экономят много времени на приготовление пищи и уборку после ее приготовления и оставляют больше времени на собственно общение. Часто, приглашая в гости, гостей принимают в ресторане. Многие семьи обедают в ресторане от одного до нескольких раз в неделю.

В некоторых кафе в обслуживании предусмотрены бумажные скатерти и карандаши для детей для рисования и развлечения. Есть кафе, предлагающие

посетителям просмотр телепередач и видео-игры. Среди кафе достаточно популярны "спортивные бары", которые в основном посещают мужчины, т.к. там есть возможность на большом экране наблюдать спортивные игры или соревнования и обсуждать их с др. болельщиками. Люди среднего возраста чаще посещают кафе, чем бары, обстановка там более спокойная и менее шумная.

Танцевальные вечера более популярны у молодежи. Обычно они проходят в ночных клубах. Люди более старшего возраста с большим удовольствием сидят за столиком, слушая музыку и общаясь. Обычно на танец приглашает мужчина, но может это сделать и женщина. Женщина может отказать пригласившему ее мужчине, сказав просто "нет". После окончания танца мужчина провожает партнершу к ее месту и говорит "спасибо".

Во время танца, если кто-то хочет поменять партнера, он/она должен похлопать в ладоши около танцующей пары. Если вечеринка проходит в каком-то этническом сообществе, приглашение на танец, как и все остальное, проходит на основе традиций и обычаев данного этноса. Тематика разговоров во время танца зависит от степени знакомства. Часто говорят о музыке, исполнителях, вечеринке.

Что касается молодежи, более популярными видами времяпрепровождения являются кино, спорт, катание на лодке, водные лыжи, велосипед, роликовые коньки, вылазки, турпоходы.

Хоровое пение также достаточно популярно. Существуют церковные хоры, городские, камерные, симфонические и самодеятельные хоры.

Песнопение сопровождает различные праздники, поют на пикниках. На экскурсии обычно отправляются на своих машинах, а не на автобусах. Поэтому традиции петь в автобусе, подобно русской, не сформировалось.

В опросе по теме "Общение в свободное время" участвовали 13 респондентов (трое мужчин и 10 женщин).

Проведение свободного распределилось по результатам опроса следующим образом:

 talking to friends (in restaurants, cafes, by phone, etc.) – 9 чел., reading – 9 чел., exercising – 8 чел., walking – 4 чел., watching movies, watching TV, surfing Internet, listening to music – по 3 чел., visiting museums – 2 чел. shopping, sleeping, baking, etc.- по 1 чел.

На вопрос о значимости различных видов общения 9 респондентов отмечают как наиболее значимое общение в семье. Однако общение с друзьями превалирует, т.к. респондентами отмечается, что семья, как правило, живет в другом городе.

Прогулки по улице являются обычными для семи респондентов и редкими для трех.

Дети обычно проводят свободное время со своими сверстниками (7 чел.) или под наблюдением взрослых (3 чел.).

Семейные экскурсии, в отличие от экскурсий с сослуживцами, являются популярным способом проведения времени у 10 респондентов.

Пункт о проведении времени в кафе \ ресторане вызвал энтузиазм у респондентов, так как для большинства это популярный способ проведения

свободного времени. В кафе обычно в карты не играют (9 чел.), ну разве что иногда (4 чел.). И это, конечно, игра не для детей. Чаще играющих в карты можно увидеть в парке, поезде и т.д. В кафе же можно поиграть в шахматы и другие настольные игры.

Договориться о встрече лучше всего заранее по телефону (5 чел.). При этом рекомендуется звонить не ранее 10 часов утра и не позднее 9 часов вечера.

Танцевать любит большинство респондентов (8 чел.). Много танцуют на свадебных вечерах. Потанцевать также можно в клубах, куда часто приходят группами, приглашая друг друга.

Провожать женщину к ее месту после танца не обязательно (13 чел.), но рекомендуется поблагодарить ее за танец. Во время танца люди разговаривают (Small talk - 8 чел.) или не разговаривают из-за громкой музыки (5 чел.). Групповые танцы распространены и приглашение участвовать в них не обязательно.

Пение не очень популярно среди молодежи. Чаще всего пение можно услышать в хоре, музыкальном классе, караоке-барах, кемпингах, в семьях с маленькими детьми, в церкви, во время атлетических соревнований. Если кому-нибудь вздумалось бы запеть в общественном транспорте, окружающие приняли бы его/ее за просящих милостыню и скорее всего дали бы денег.

Общение в школе и вузе

Вуз

В американском колледже или университете студенты ведут достаточно изолированную друг от друга жизнь, стараются обходиться без помощи коллег. У них гораздо больше свободного времени на подготовку, поэтому им помочь не нужна. Группы непостоянны, мало знают друг друга, нет системы взаимной поддержки, мало сближаются.

Американские студенты малоэффективно работают в группе, у них вызывает трудность совместная деятельность – они не знают своей роли в группе и ролей других и поэтому плохо выполняют коллективную работу, если их просит об этом преподаватель. Американские студенты “испытывают стойкое чувство неприязни к групповой деятельности” (А. Балдвин, с. 382).

Не принято подсказывать ответ или отвечать за того, кто не может правильно ответить – каждый должен сам справляться со своими трудностями, кроме того, считается невежливым отвечать за других.

Американские студенты плохо адаптируются к изменениям учебной обстановки – испытывают серьезное беспокойство, если не пришел преподаватель или студент, делающий доклад. Работу в группе пытаются распределить поровну, в отличие от русских, которые делят ее по интересам.

Пользоваться шпаргалками неприлично, а если у кого есть, он ее будет прятать и от преподавателя, и от своих сокурсников и никогда ею не поделится.

Если замечают шпаргалку у сокурсника, докладывают преподавателю, во многих университетах и колледжах это входит в кодекс чести студента. Если не расскажут, то большинство будет испытывать чувство вины. (А. Балдин)

Экзамен не рассматривают, в отличие от русских студентов, как борьбу студентов с преподавателем (“мы против них”), относятся к нему с уважением.

Рабочий день в университетах начинается в 7 утра, но так как все студенты выбирают разные предметы, то занятия могут быть с большими перерывами – начинаться в 12 дня, и в 8 вечера.

Студенты обычно обсуждают между собой проблемы, характерные для студенческой среды. Наиболее распространенный вопрос, с которого начинается общение “What's your major?” (В какой области ты специализируешься?) Студенты обычно специализируются в двух областях знаний. Одна, основная - major; другая, второстепенная - minor. Например, русский и литература – major, религия – minor.

В кампусах (студенческих университетских городках) существуют Coed dorm = co-educational dormitory, т.е. общежития, где на одном этаже живут мужчины и женщины, что дает им возможность общаться. В то же время в США до сих пор еще существуют чисто мужские и чисто женские общежития, последние иногда называют virgin vault – склад девственниц.

В студенческом общежитии устанавливаются тесные отношения. У соседа можно одолжить деньги, вещи, еду. Однако может быть и другой вариант – люди, живущие в одной комнате, могут и не общаться: каждый занимается своим делом, никто никого ни о чем не расспрашивает. Твою еду не тронут, но и тебя не угостят. Каждый обитает в своей части комнаты

Если к соседу по комнате пришли гости, то уходить не обязательно, но проявить вежливость и спросить, не мешаете ли вы – желательно. Если случай особый, то сосед может попросить вас уйти.

В вузах существуют Fraternities – ассоциации мужчин и Sororities – ассоциации женщин. Эти ассоциации объединяют студентов университетов по принципу пола. Каждую осень ассоциации проводят неделю открытых дверей – Rush week, для знакомства с их деятельностью и приема новых членов. Для вступления в ассоциацию необходимо подать заявление.

Некоторые университетские ассоциации практикуют довольно жестокие и унизительные ритуалы (hazing) для проверки характера будущего члена ассоциации. Во многих университетах hazing официально запрещено.

После вступления в ассоциацию студент может жить вместе с другими в доме ассоциации. Члены ассоциации устраивают вечера, занимаются благотворительностью. Во многих университетских городках члены братств и землячеств враждуют со студентами, не желающими туда вступать.

Университетское образование платное и довольно дорогое. Средняя стоимость годового курса, включающая плату за обучение, жилье и питание равна \$10.000. Ограниченнное количество стипендийдается отличникам, которые испытывают финансовые трудности.

Многие студенты подрабатывают – работают неполный рабочий день (в студенческом кафе, дворниками, сторожами, стригут газоны, занимаются репетиторством)

Обычно студенты ходят в бары или танцевальные клубы группами, как правило, по пятницам или субботам. Праздничные и каникулярные дни часто проводят компаниями, выезжая на машине в популярные места отдыха.

Мыльные оперы типа Santa Barbara, General Hospital, The Guiding Light, The Young and the Restless и др. очень популярны в США. Студенты стараются устроить свое расписание так, чтобы можно было посмотреть очередную серию. Обычно это можно сделать в здании Student Union, где размещаются телезал, книжные магазины, комнаты для отдыха. Когда идет очередная серия, залы набиты до отказа.

Преподаватели колледжей и университетов обычно одеты в классические костюмы, обращаются к студентам “мистер ...”, “мисс ...”, если он или она не попросят их называть по первому имени - John, Mary и т.д. Но это в настоящее время относится преимущественно к преподавателям и профессорам старшего поколения. Новое поколение профессоров ведет себя более развязно, могут прийти в шортах и майке (“Он уже свой статус установил», говорят о таких преподавателях студенты).

Преподаватель входит, здоровается со студентами. Студенты не встают, чтобы приветствовать преподавателя, а просто хором отвечают на его приветствие “Hi”, “Hello”.

Преподаватель читает лекцию, но то, что он говорит, как правило, есть в разданных материалах на столах перед студентами. Кроме того, тексты всех лекций, которые читаются студентам, есть в библиотеке.

После ряда лекций преподаватель дает тест, отметки за который вывешиваются у деканата, причем фамилий в вывешенном списке нет, а есть только номера удостоверений личности. Преподаватели вуза, так же, как и школьные учителя, очень заботятся, чтобы, не дай Бог, не унизить кого-нибудь.

Отношения между студентами поверхностные, но дружеские. Группы, как правило, многонациональны.

Как правило вся жизнь проходит в кампусе, ближайший городок в 20 километрах, без машины не доберешься.

Вечером могут быть вечеринки, довольно скучные – пьют пиво, колу, охлажденный чай, едят пиццу, гамбургеры, салаты, иногда танцуют.

Уровень образованности и общей культуры студентов невелик, часто студенты задают очень наивные для русского человека вопросы. Одна студентка, по рассказам русских стажеров, очень удивилась, что в России говорят по-русски, она не знала, что есть такой язык, думала весь мир говорит по-английски.

Школа

Уроки в школах идут в основном в виде лекций (если это не бег и т.д.), после 2-3 лекций – тест.

Если дают тесты с “multiple choice” – то все ученики справляются, если тесты без “choice” – все впадают в тихую панику. Результаты контрольных и тестов учителя вслух не объявляют, поэтому кто и как учится в классе, в целом никто не знает.

Класса как коллектива нет, собираются на занятия те, кто включил себе эти предметы в личный план.

Поведение учащихся в школе во время занятий обычно спокойное. На уроке нет жесткой дисциплины - ребенок может встать, попить соку, взять у кого-нибудь ручку, сесть в любой позе, пройтись по классу. Поза при сидении свободная, и когда звенит звонок, никто не срывается, как безумный, чтобы выбежать из класса.

Все учащиеся общаются друг с другом доброжелательно. Принято, как и во взрослом обществе, все время улыбаться. Русскую девочку, учившуюся по обмену, донимали: почему не улыбаешься, разве тебе не нравится Америка?

Классы, как правило, многоэтнические. Дружеское общение между представителями разных этнических групп – нормальное дело.

В школах – бесконечные школьные праздники, конкурсы и спортивные соревнования. Победителей прославляют как героев, фотографируют и заносят в школьную книгу почета.

Никакой школьной формы нет. Дети одеты очень просто – джинсы и футболка, джинсы и свитер.

Отношение учителей к ученикам уважительное, ученик считается взрослым, его мнение по разным вопросам спрашивают и учитывают. Учителя разговаривают с учащимися как с взрослыми, серьезно и на равных.

Не существует большой дистанции между учениками и учителями. Преподаватели одеты почти так же, как ученики – джинсы, футболка, свитер. Учителя не поддерживают жесткой дисциплины в классе, позволяют ученикам общаться с ними достаточно неформально.

Учителя боятся подвергнуть ребенка дискриминации из-за объявления всех плохой отметки, поэтому стараются их не объявлять. Учителя никогда не поднимают на ученика голос.

Если кто-то шумит, его могут записать в особый журнал, и если там набирается 3 замечания, то такого ученика вызовет директор для беседы.

Ученики уважительно относятся к своим учителям, здороваются с ними при случайной встрече. Очень часто между учениками и учителями, особенно классным руководителем, устанавливаются дружеские отношения, которые могут длиться десятилетия после окончания школы.

Письменное общение

Этикет американского письма предполагает, что обращение пишется в верхнем левом углу листа, ниже адреса.

Если это деловое письмо, то обращаться к адресату принято следующим образом, если это мужчина: "Dear Mr. (Roberts)"; если это женщина: "Dear Miss" или "Dear Mrs. (Roberts)", если вы не знаете точно замужем ли она, то обратиться следует "Dear Ms. (Roberts)".

Если это неофициальное письмо к другу или к родителям, то принято обращаться по имени "Dear Paul" или к родителям - "Dear Mum and Dad". Начинать обращение со слова "Dear" можно в любом письме.

То, о чём будет говориться в письме, может зависеть от конкретных людей, ведущих переписку. В письмах к родным обычно обсуждают круг вопросов, относящихся к частной жизни. В деловых письмах содержится лишь деловая информация.

В торжественных случаях или по праздникам американцы чаще посыпают открытки. Как правило, открытку посыпают в конверте, но можно и без конверта. Никаких особых требований к бумаге, конвертам, полям не существует.

Адрес на конверте начинают писать с имени адресата, затем, если это официальное письмо, пишут его должность и название учреждения. Затем номер дома и название улицы, после - почтовый индекс и, в заключение, - название страны. Обратный адрес на конверте писать не обязательно, хотя, как правило, он пишется.

Писать можно как на службу, так и домой. Но писать личные письма на службу не принято.

По почте можно присыпать любые извещения. Начальство может сообщить подчиненному по его домашнему адресу все, что оно считает необходимым. Если американец хочет что-то сообщить коллеге, сослуживцу, но не может этого сделать иначе, как при помощи письма, он может оставить письмо для коллеги на работе.

В Америке развитая система письменных приглашений.

Приглашение на званый обед делается письменно, обычно на него нужно отвечать. На следующий день после званого обеда принято обязательно позвонить или написать благодарственное письмо.

При подготовке празднования семейных торжеств (дни рождения, помолвки, свадьбы) принято посыпать пригласительные открытки, на которые также письменно отвечают. Письменные приглашения нужны для деловых и официальных приемов.

Как уже отмечалось, приглашение может содержать сокращения RSVP и RSVO. Первое означает, что вы должны написать или позвонить и сказать, приедете вы или нет. Если же в приглашении написано RSVO, вы должны ответить только в том случае, если вы не сможете прийти.

Телефонное общение

Телефон – главное средство общения в Соединенных Штатах, он стал неотъемлемой частью жизни американцев. Американцы полностью зависят от телефонов: ими пользуются и при ведении бизнеса, и в разговорах с друзьями, и как средство получения любых видов информации.

В большинстве офисов есть специальные сотрудники, отвечающие на телефонные звонки с 9 утра до 5 вечера без перерывов на обед, которые предоставят вам любую исчерпывающую информацию.

Общение по телефону ведется в рамках сложившихся у американцев норм речевого этикета, но существуют и особые правила общения по телефону.

Так, сняв трубку, отвечающий по частному номеру произносит Hello с интонацией вверх (интонация вниз будет означать раздражение) и называет

свой номер, а если телефон находится в частном доме – фамилию семьи, проживающей в этом доме: "The Browns' residence. / You have reached\This is the Browns' residence."

Отвечающий по служебному телефону, сняв трубку, здоровается и говорит название компании. Первым всегда здоровается отвечающий на звонок.

Звонящему не обязательно представляться, однако, в случае, если это деловой звонок, то звонящий называет свое имя и фамилию, а так же цель своего звонка. При ошибочном соединении звонящий извиняется: "I'm sorry I have got the wrong number".

Если отвешившему на звонок нужно позвать к телефону, то неформально это делают фразой: "Bill, it's for you", формально: "Mr. Brown, Mr. Roberts is on line for you".

Если звонящий просит позвать к телефону, то используются следующие фразы: "Can/Could I speak to Dave, please?", "Is it possible to speak to Mr. Black, please?", "Is Bill there, please?"

Если отвечающий просит подождать, он говорит: "Just a minute, please. Hold the line, please."

Если абонента нет, обычно говорят: "He's not here at the moment", "He is not available at the moment".

В случае плохой слышимости переспрашивают: "Pardon?\Excuse me?", "I'm sorry, will\would\could\can you repeat please?", "I'm sorry, would you mind repeating that please?".

Если связь случайно прервалась, то перезванивает звонящий.

У американцев принято звонить друг другу домой по служебным делам, так же, как по служебному телефону обсуждать домашние дела. Это считается нормальным, хотя руководством компаний, конечно же, не всегда приветствуется, когда подчиненные занимают служебный телефон для того, чтобы просто поболтать.

Американцы могут давать друзьям и знакомым не только домашний, но и рабочий телефон. Телефонные звонки обычно делают в промежутке с 9 утра до 9 вечера. Но хорошим знакомым и друзьям можно звонить раньше 9 утра и позже 9 вечера по неотложным и важным делам.

Круг тем, обсуждаемых по телефону, неограничен. По телефону можно поблагодарить за приглашение, сказать, придете вы или нет. По телефону много разговаривают с родственниками вместо того, чтобы встречаться лично.

На предприятии все телефонные звонки принимает специальный секретарь, который обязательно поинтересуется, кто звонит, спросит у сотрудника по внутренней связи, хочет ли он говорить сейчас со звонящим или же попросит перезвонить попозже.

Телефонное общение, как отмечалось выше, - основной вид общения людей в США. Конкуренцию ему, однако, начинает составлять Интернет и электронная почта.

Пристрастия к спиртным напиткам чрезвычайно разнообразны у американцев. Некоторые семьи не употребляют их вообще, некоторые предпочитают коктейли до или после обеда, некоторые ограничиваются только вином. Следует иметь в виду, что американские коктейли, как правило, очень крепкие. Многие люди предпочитают коктейлям пиво, поэтому во многих домах его также подают на стол. Особого разделения на мужские и женские напитки не отмечается (может быть, в связи со стремлением женщин к равноправию). И женщины, и мужчины одинаково потребляют алкогольные напитки, но вы всегда можете заказать себе шерри, кока-колу или сок, если предпочитаете воздерживаться от спиртного. Обычно в качестве закуски подают сыр, крекер, оливки, соленые орешки, чипсы с различными добавками. Если хозяин спрашивает, что бы вы хотели выпить, вы можете выбрать или из того, что подано на стол, или попросить что-нибудь специально, например, красное или белое вино.

Американцы пьют практически все напитки со льдом, они используют лед больше всех остальных в мире. Следует иметь ввиду, что напитки, подаваемые со льдом, обычно не такие крепкие.

Если сослуживцы решили что-нибудь выпить после работы по дороге домой, тот, кто первым высказал эту мысль, обычно оплачивает первый заказ, а его компаньон – второй. Но это не жесткое требование, так как каждый из них может платить за себя. Многие могут позволить себе выпить что-нибудь во время делового обеда. Но, если у вас нет настроения, вы можете, не колеблясь, отказаться.

За обедом, кроме алкогольных напитков, вам могут предложить кофе, чай (горячий или со льдом, в зависимости от времени года), кока-колу. Воду подают не всегда, но вы можете свободно заказать ее (если вы в ресторане) или попросить у хозяев.

В американской культуре алкоголь в процессе общения не занимает центрального места, а скорее является лишь фоном для общения. Потребление алкоголя, тем не менее, является частью культуры американцев.

Предложение выпить редко выступает у американцев как повод для завязывания контакта, как и в русском общении. В процессе группового или межличностного общения американцы по традиции пьют алкогольные напитки, но не используют их в качестве причины или повода для вступления в общение.

В связи с тем, что в США в последнее время проходит большое количество антиалкогольных кампаний и активно проводится кампания по пропаганде здорового образа жизни, алкогольные напитки теперь можно распивать только в строго отведенных для этого местах или дома. Нести приобретенные алкогольные напитки следует только таким образом, чтобы бутылка не было видно / в сумках, пакетах, завернутыми/.

В то же время бутылка вина является традиционным и общепринятым подарком, когда идут в гости. В гостях вино вначале разливает хозяин гостям, а затем каждый может угостить своего собеседника (чаще угощает мужчина). Вино считается светским напитком. Для шампанского обычно нужен значительный повод.

Тосты не обязательны, можно наливать себе вино самому и пить без тоста. Закуска не обязательна, но крепкие напитки, как правило, закусывают. Алкогольные напитки, как правило, пьют перед едой или во время еды, чтобы придать трапезе особый тон.

Если даже дети сидят за столом вместе со взрослыми, то им вина не наливают, потребление ими алкогольных напитков практически исключено, так как, согласно законодательству США, потребление алкоголя разрешено только с 21 года.

На молодежных вечеринках большой популярностью пользуется пиво, которое можно пить из горлышка.

Дистанция между подвыпившими людьми, безусловно, сокращается. Общение становится более тесным, разговоры становятся более разнообразными и активными.

Курение и общение

В настоящее время во всех общественных местах в США курение запрещено. В аэропортах можно встретить специально построенные закрытые со всех сторон пластиковые сооружения, предназначенные для курения. Все рейсы американских авиакомпаний – рейсы для некурящих.

Предложение закурить собеседнику в США не имеет функции установления контакта. Совместное курение может способствовать налаживанию контакта, но пауза, возникающая во время курения, может также привести к прекращению коммуникативного акта.

Не принято просить закурить, просить прикурить – предполагается, что все курящие должны иметь собственные сигареты и зажигалки.

Не принято совместное курение в перерыв как форма общения.

Юмор и общение

Юмор в американской культуре является признаком хорошей беседы, приносящей удовольствие всем общающимся.

Американцы очень любят шутить. Юмор помогает расслабиться, сделать ситуацию менее официальной и менее напряженной. В компании ценится собеседник, умеющий рассказывать остроумные истории, смешные анекдоты. Если собеседник рассказывает анекдот, то его принято выслушивать до конца, не перебивая, не говоря, что шутка известна. В конце рассказа следует демонстрировать понимание юмора.

Табуированных тем для шуток и анекдотов в американской культуре не существует. Американцы шутят над кем угодно и о чем угодно. Безобидные шутки возможны и в адрес человека, который незнаком или является новеньким в компании. Таким образом, американцы демонстрируют свою открытость, доброжелательность, позволяют новичку почувствовать себя раскованным в незнакомой компании.

Не принято открыто смеяться над иностранцами, особенностями их речи, напротив - американцы очень любят делать комплименты в адрес иностранного собеседника по поводу его владения английским языком.

Американское коммуникативное поведение допускает шутки младших над старшими, детей над родителями. Но здесь следует сделать оговорку, что все зависит от семьи. Возможны также шутки подчиненных над начальником, но не в присутствии начальника.

Американцы любят простые, если не сказать примитивные шутки – типа “торт в лицо”.

Как показывают наблюдения, в американской культуре распространены смешные истории, основанные на реальных событиях. Можно отметить циклы шуток, взятых из письменных и устных ответов школьников и студентов, из жизни пилотов. Есть шутки, обыгрывающие рекламу. Многие шутки заимствуются из сериалов, комедийных шоу.

Можно отметить шутки женщин над мужчинами, в которых мужчина предстает сосредоточенным только на своих делах, мало уделяющим внимания женщине, приносящим женщине только проблемы, “мужчиной, которому только одно и нужно”. Отмечаются мужские шутки над женской логикой, женским злопамятством, над тягой к пустым, с точки зрения мужчин, тратам. Женщины в таких шутках предстают гораздо глупее мужчин.

В компаниях, особенно в компаниях молодых людей, допускаются шутки на сексуальные, физиологические темы. Для американцев не существует такого понятия, как пошлость. Очень популярными являются шутки над президентом, его женой. В Америке любят шутить над неграми и блондинками. Американский анекдот не обладает устоявшимся набором героев, как, например, циклы русских анекдотов про Василия Иваныча и Петью, Винни-пуха и Пятачка, Гену и Чебурашку, и тому подобных, хотя встречаются анекдоты, где героями являются люди разной национальности. Представитель какой-то одной национальности оказывается умнее других.

В США трудно выделить устоявшиеся, распространенные объекты шуток (как, например, зять и теща, жена и любовник при появлении мужа в русском анекдоте). Многие американские шутки строятся на преувеличении, на игре слов.

В Америке есть традиционные праздники, когда принято шутить. К ним относятся Первое апреля, Halloween. Приняты безобидные и простые шутки. Кроме того, в некоторых университетах, колледжах существует традиция проводить праздники юмора, к которым все заранее готовят шуточные номера, смешные наряды. Подобные праздники сопровождаются походом в лес и праздничным обедом. Как правило, эти дни не имеют фиксированной даты и объявляются внезапно.

В американской семье и коллективах часто все общение целиком пронизано атмосферой подшучивания друг над другом, причем подшучивание носит непрерывный характер, к чему непривычны русские, у которых возникает впечатление о несерьезности и недалекости американцев.

Глава IV.

Американское невербальное коммуникативное поведение

В данной главе описано не все американское невербальное коммуникативное поведение, поскольку системное описание американской невербалики еще не выполнено. Кроме того, это заняло бы очень много места, что в данном издании невозможно – невербальное поведение американцев будет описано, видимо, в отдельной книге.

В данной же главе описываются лишь наиболее яркие черты американского невербального коммуникативного поведения, выявляющиеся на фоне русского.

Дистанция общения

В современной науке о коммуникативном поведении принято различать 4 основные типа дистанции:

- 1) интимная дистанция (15 - 45 см) - дистанция общения близких родственников и друзей;
- 2) личная дистанция (45 см - 1,2 м) - дистанция общения на вечеринках, при общении хороших знакомых;
- 3) социальная дистанция (1,2 - 3,6 м) – общение с незнакомыми и малознакомыми людьми;
- 4) публичная дистанция (свыше 3,6 м) - при выступлении перед аудиторией.

Американцы поддерживают в большинстве случаев достаточно большую дистанцию общения - слишком короткая дистанция у американцев связывается с посягательством на личное пространство, агрессией или сексуальным домогательством.

Дистанция общения американцами соблюдается достаточно строго. Важно, что сокращение дистанции в американской коммуникативной культуре не свидетельствует о дружеском расположении, как в русской коммуникации.

Дистанция 1-1,5 м. - наиболее распространенная дистанция американского общения.

Друзья могут приближаться друг к другу на расстояние от 0,5м до 1,2м. Все остальные люди соблюдают дистанцию от 1,2 м до 2,7м.

Когда американцы приветствуют друг друга, представляются и начинают разговор, они обычно стоят на расстоянии от 18 до 24-х дюймов (около двух шагов) друг от друга (43 см.-57 см.).

«Комфортной коммуникативной зоной» для американца можно считать дистанцию не менее полуметра.

«Комфортная зона» должна соблюдаться между двумя сидящими собеседниками, т.е. между ними должно быть пространство, необходимое для

того, чтобы, например, в случае спора не задеть друг друга или чтобы несколько склониться к собеседнику в случае обсуждения какой-нибудь личной проблемы.

Комфортная дистанция для американца особенно важна в толпе, в условиях переполненных помещений. В этом случае американцы часто предпочитают вообще стоять особняком.

В лифте, где не могут быть выполнены требования социальной дистанции, американцы автоматически расходятся в разные стороны и не смотрят друг на друга.

Место общения

На общение может оказывать влияние место, где происходит само общение. Прежде всего это влияет на тематику общения.

Американцы редко приглашают людей *домой*, чтобы обсудить что-либо серьезное. Домашние вечеринки предназначены для личного общения. Здесь могут завязаться полезные знакомства и серьезные деловые контакты, но серьезные разговоры обычно не ведутся.

Разговор *на кухне* у американцев допустим, но только в начале вечера, когда занимаются подготовкой еды. Остальная часть разговора проходит в гостиной.

В служебной обстановке общаться на посторонние и личные темы не принято.

В лифте разговаривать с попутчиками не принято, можно вступать в разговор только на темы, связанные с самой поездкой, лифтом. Не принято смотреть на попутчиков в лифте, смотрят обычно на указатель этажей.

В поезде или автобусе не принято разговаривать с попутчиками.

В транспорте не принято разговаривать со знакомыми.

В толпе, среди большой массы людей принято вести себя “безлично”, не нарушая приватности других. У американцев имеются негласные правила поведения среди большой массы людей:

- 1) Не разговаривать даже со знакомыми;
- 2) Избегать *eye contact*;
- 3) Лицо должно быть бесстрастным;
- 4) Лучше всего смотреть в газету или книгу;
- 5) Не делать лишних телодвижений.

Личное пространство

Личное пространство является важнейшим компонентом американской культуры. Это пространство, которое человек считает своим и в которое не должны без его разрешения вторгаться посторонние люди.

У американцев по сравнению с русскими личное пространство (personal space) больше и оно лучше защищено - существует очень мало поводов для несанкционированного вторжения в него других людей.

Американцы строго соблюдают неприкосновенность личного пространства людей. Незнакомые люди не входят на частный садовый участок, не переступают порог частного дома без разрешения, могут долго вести разговор, стоя за порогом.

При получении денег в банке, отправки корреспонденции на почте, покупке билетов на транспорт и т.п. следующий клиент держится от совершающегося в данный момент операцию клиента на почтительном расстоянии. (На вокзале, почте и т.д. часто бывает прочерчена на полу красная линия, которая находится на значительном удалении от кассы и за которой формируется очередь.) В очереди американцы также стоят на значительном расстоянии друг от друга, гораздо большем, чем это принято в России. Одна американка, долгое время прожившая в России, рассказывала, что в связи с этим, когда она в Москве становилась в очередь, перед ней обязательно вставал кто-нибудь еще.

В закрытую комнату, даже к собственному ребенку, американцы обычно стучат и не входят без разрешения или приглашения.

В ресторанах и кафе не принято подсаживаться за чай-либо столик.

Взаимное расположение участников общения

При общении каждый собеседник обычно выбирает себе место сам. Руководитель или вышестоящее лицо может указать место, на котором может расположиться собеседник.

Возможен разговор через стол, когда собеседники сидят в позе оппозиции. При разговоре вышестоящий может принимать достаточно вольные позы, слегка поворачиваться на вращающемся стуле перед своим собеседником.

Те, кто приехал из стран, где ранги строго соблюдаются, могут почувствовать в Америке «отсутствие протокола». Например, американцы редко сажают почетного гостя на особое место в гостиной или в машине. Однако, некоторые формальности все же присутствуют: за столом почетный гость обычно сидит справа от хозяина или хозяйки и пропускается вперед при выходе из лифта или входе в дом. В машине в Америке самым почетным местом считается переднее, рядом с водителем, особенно если это частная машина и ведет ее сам хозяин. Кроме того, с переднего места открывается лучший вид.

Общение при движении

В американском коммуникативном поведении допустимо обсуждение важных вопросов на ходу, во время движения. Русские в таких ситуациях предпочитают остановиться или сесть.

Время общения

Визиты обычно не должны наноситься ранее 9.30 утра и после 9 часов вечера (исключение - вечеринки, устраиваемые хозяевами) и в неудобное для хозяев время. Аналогично, звонить своему знакомому после 9 часов вечера можно лишь при уверенности, что подобный поздний звонок никому не причинит неудобства.

На *званный обед* следует приходить во время, указанное в приглашении или 5-10 минут спустя. Если гость придет слишком рано, принято немного погулять где-нибудь поблизости или подождать в машине. С другой стороны, если гость опаздывает на 20-30 минут, принято предупредить хозяев по телефону, в этом случае хозяева смогут отключить плиту и будут благодарны, что вы не испортили ужин остальным гостям.

Официальные коктейли, приемы

В приглашениях на официальные мероприятия обычно указывается точное время их проведения, например, с пяти до семи вечера. Это означает, что можно прийти в любое удобное для вас время в указанный временной промежуток. Покидать такого рода мероприятия принято в течение получаса до официально указанного времени его окончания.

Танцевальный вечер

Большинство гостей прибывают в течение получаса после указанного времени, когда подготовка к вечеру уже завершилась, но оркестр еще полон сил и не все пространство еще занято танцующими.

Концерт, театральное представление.

Обычно приезжают, по крайней мере, минут за десять до начала, или даже еще раньше. Этого времени бывает достаточно, чтобы раздеться, прочитать программу и устроиться поудобнее. Если же вы опоздали, вам придется простоять все первое действие до антракта.

Публичные лекции, спортивные соревнования.

Обычно приезжают за десять минут до указанного времени или еще раньше, чтобы занять лучшие места.

Деловые встречи

Принято приезжать точно в то время, которое указано в приглашении или за несколько минут до него. Считается невежливым заставлять занятых людей ждать себя. Если американец вынужден ждать кого-либо, не принято показывать своего нетерпения и раздраженности. Преимущество имеет та сторона, в чьем офисе проводится встреча. Если один из участников деловой встречи не хочет предоставлять своему партнеру такого преимущества, принято предложить провести встречу на нейтральной территории: в клубе или холле гостиницы.

Сопровождение собеседника

Провожая гостей, хозяева доводят их до входной двери, часто выходят с ними на порог и держат дверь открытой до того, как гости скроются из вида.

Если американцы подвозят кого-то домой на машине, они, как правило, ждут, когда человек, которого привезли, откроет дверь своего дома и войдет в нее.

Водитель школьного автобуса не поедет дальше, пока не удостовериться, что вышедший из автобуса ребенок зашел в дом.

Американцы обычно не предлагаю знакомой женщине руку при ходьбе. Прогуливаться под руку, как у русских, не принято.

Влюблённые (молодёжь) обычно при ходьбе держатся за руки.

Физический контакт при общении

Американцы не относятся к контактным культурам. К физическому контакту при общении американцы относятся очень сдержанно. Такой контакт осуществляется крайне редко: действует правило *Keep your hands to yourself* (держи руки при себе). Допустимо только мужчинам похлопать друг другу по плечу при приветствии.

А.Лейниер, однако, отмечает, что, хотя американцам требуется относительно обширная “комфортная зона” при разговоре, при общении они довольно часто прибегают к помощи касаний. Они, например, могут положить руку на плечо собеседника для выражения дружеского к нему расположения или даже обнять его в знак своей симпатии, слегка подтолкнуть локтем под ребро, рассказывая какую-нибудь смешную историю, похлопать по спине в утешении и погладить ребёнка по голове для выражения своей любви, часто крепко обнимают друг друга при приветствии и прощании. Они с готовностью возьмут собеседника за руку и помогут перейти улицу. (Lanier, с.17-18).

Рукопожатие

Своеобразно рукопожатие американцев, и иностранцу довольно сложно понять, в каких случаях надо пожимать американцу руку, а в каких лучше этого не делать.

В обычных ситуациях, когда два человека встречаются, они нередко пожимают руки друг другу, но это не обязательно. В Америке даже близкие друзья обычно не обмениваются рукопожатием, за исключением тех случаев, если они слишком долго не виделись или хотят поздравить друг друга.

Рукопожатие возможно при первом знакомстве и расставании. Приветствие в ситуации знакомства обычно сопровождается рукопожатием, улыбкой и визуальным контактом.

Когда американцы жмут руку, они обычно делают это несколько секунд. Их рукопожатие крепкое, о тех, кто недостаточно крепко пожимает руку, они говорят: “Он жмет руку, как мертвую рыбу”. В американской культуре слабое рукопожатие - это признак слабого характера.

В деловой обстановке мужчины всегда пожимают друг другу руку при встрече. В последнее время, особенно в деловом мире, женщины тоже стали так приветствовать друг друга. Следует отметить, однако, что рукопожатие среди молодых женщин можно увидеть чаще, чем среди пожилых.

Почти все американцы, ответившие на вопросы об обязательности рукопожатия в американской культуре, назвали рукопожатие как обязательный атрибут ритуала знакомства, независимо от пола и коммуникативного статуса собеседников, при этом большинство (60%) считает, что инициировать этот жест может как мужчина, так и женщина, 15% ответили, что всегда сами инициируют рукопожатие, 15% ожидают, что это сделает визави, и лишь один человек заметил, что не пожимает руку собеседника во время знакомства. 36% опрошенных считают, что рукопожатие должно быть достаточно крепким, но не причиняющим боли собеседнику, 30% придерживаются мнения, что оно должно быть очень крепким, 20% описали его как легкое пожатие, длившееся 1 секунду, остальные охарактеризовали его как "среднее", "обычное", "индивидуальное". Половина респондентов придерживается мнения, что мужское и женское рукопожатие ничем не отличаются друг от друга, однако 36% думают, что различия между ними все же имеются (половина из них считает, что мужское рукопожатие крепче).

Большинство участников эксперимента отметили, что при приветствии небольшой группы людей в неформальной обстановке они скорее обратятся с общим приветствием ко всем (60%) и, возможно, пожмут руку стоящему рядом (10%), а в формальной обстановке могут пожать руку каждому (50%), причем при рукопожатии для половины отвечавших не имеет значения, кому первому жать руку – некоторые начинают со стоящего рядом человека (30%), однако некоторые – с хозяйки или хозяина (10%) или с наиболее социально значимого в данной ситуации лица (10%).

Как уже отмечалось, рукопожатиями раньше обменивались только мужчины. Сегодня женщина также может подать руку мужчине при знакомстве, при этом кто первым подает руку (мужчина или женщина), у американцев не акцентируется, т.е. это не рассматривается как привилегия в общении.

Рукопожатие американцев дистанtnо, они жмут руку на расстоянии вытянутой руки. В целом американское рукопожатие - в основном мужской жест, и он гораздо менее распространен, чем в русском общении.

Поцелуй

Все 100% респондентов-американцев ответили, что в ситуации приветствия целуют друзей и родственников, не оговорив, какого они пола.

Интересно, однако, что на вопрос о том, насколько часто, по их мнению, "социальный поцелуй" (social kissing) используется при приветствии, половина опрошенных ответила, что этого никогда не бывает среди мужчин (только если они гомосексуалисты, считает один респондент), и очень редко случается среди женщин. Только 30% отвечавших считает, что женщины часто целуются при встрече, и 20% - что это довольно часто происходит между женщинами и мужчинами при неформальном общении. 10% респондентов придерживается

мнения, что часто целуются латиноамериканцы. При этом к "социальным поцелуям" все участники опроса относят поцелуй (одно- двукратный) в щеку, 30% называют "социальным" поцелуй в воздух, 10% - прикосновение щекой к щеке, а 10% - поцелуй в губы.

По мнению опрошенных, помимо приветствия, "социальный поцелуй" используется в ситуации прощания (50%), поздравления (10%) и комплимента (10%).

Часто при расставании, особенно надолго, прощание сопровождается легкими объятиями и поцелуями, при этом целуются друг с другом и мужчины, и женщины.

Русского гостя хозяин или хозяйка могут поцеловать 3 раза (как они считают – «по-русски»).

Объятья

100% американских респондентов ответили, что в ситуации приветствия обнимают друзей и родственников, независимо от пола.

40% опрошенных отметили, что при приветствии они могут легко обнять собеседника (hug).

Близкие друзья (вне зависимости от пола) часто обнимают друг друга на прощание. Новые знакомые также могут обниматься на прощание. Но это новый обычай и иногда может быть рассмотрен как проявление дурного вкуса.

Другие невербальные сигналы

На вопрос о том, какие невербальные знаки, помимо поцелуев и объятий, они используют при приветствии, 20% опрошенных отметили, что в этой ситуации могут кивнуть головой, 10% - помахать рукой,

20% респондентов указали, что, кроме поцелуев и объятий, в качестве приветственного жеста они иногда могут использовать легкое похлопывание по плечу (patting one's shoulder), 50% - прикосновение к собеседнику, 50% - прикосновение к щеке или имитацию поцелуя, 10% - толчок в грудь.

Улыбка в общении

Основным мимическим отличием американца от русского является улыбка.

В Америке улыбка является непременной частью разговора. Американцы, встречаясь взглядом с незнакомыми людьми в транспорте, на улице и в других местах, обычно улыбаются или что-нибудь говорят.

У американцев принято улыбаться, глядя на детей или животных

90% американских респондентов сказали, что улыбаются во время приветствия.

Американцы преимущественно улыбаются "зубами", то есть показывают при улыбке верхние и нижние зубы одновременно. Русский писатель М. Горький, побывав в 30-ых годах в Америке, писал: "У американца на лице прежде всего видишь зубы". Русские улыбаются более скромно, "тубами",

иногда показывая лишь нижний ряд зубов. Американская улыбка по исполнению напоминает русским оскал, то есть демонстрацию зубов животными, и как таковая оценивается настороженно, часто -неодобрительно, считается искусственной, демонстративной, неискренней.

Основными функциями американской улыбки являются:

- демонстрация доброжелательности к собеседнику;
- демонстрация вежливости в общении; принять улыбаться тем людям, с которыми имеешь в данный момент дело - покупателям, продавцам, таможенникам и т.д., в этом плане улыбка в Америке - основа обслуживания клиентов (Г.Шкляревский, Российская газета, 16.1.92).
- демонстрация личного преуспевания ("Я в полном порядке"); даже если дела идут неважно, американцы улыбаются (keep smiling), чтобы не выглядеть неудачниками (losers); улыбка - это демонстрация американцем стойкости, жизнеспособности;
- демонстрация благодарности - улыбка может служить заменителем вербальных средств выражения благодарности.

Американская улыбка ситуативна. Процитируем еще раз М.Жванецкого: "Улыбаются все, как будто включены в сеть. Если на вопрос "Вам нравится Америка?" вы погратили больше секунды - выключился штепсель, улыбки нет, спрашивающего нет. Есть унылая оболочка. Никто не знает, когда у них выключается лицо. Оно выключается внезапно и на самом интересном месте" (М.Жванецкий. Я играю Америку).

Необходимо подчеркнуть также, что громкий смех в Америке – признак расположения к собеседнику (Комсомольская правда, 25.04.73).

Положение тела при общении

У американцев очень важна подтянутость, прямая осанка. Так же, как и улыбка, она призвана свидетельствовать о хорошем здоровье (чему придается колоссальное значение) и отсутствии проблем. Американцы стараются выглядеть спортивно и энергично.

Американские старики подтянутее и ухоженнее, чем русские.

Для американцев в большей степени, чем для русских, свойственна прямая осанка при сидении, они не наклоняются так низко при еде, как русские.

Американцы могут сидеть в транспорте и офисе, положив ногу лодыжкой на колено другой ноги (поза «четверка»), эта поза считается допустимой. Можно в определенных ситуациях класть ноги на стол.

Не принято класть руки на колени во время еды, руки должны быть на столе.

Контакт взглядом

У американцев не принято смотреть на незнакомых людей (прайвеси), но если американец случайно встретился взглядом с незнакомым, принято ему улыбнуться в знак установления контакта.

Фиксация взгляда на собеседнике в течение некоторого времени в американском коммуникативном поведении является средством установления контакта, в русском же общении этот прием вызывает неприязнь к смотрящему: возможен вопрос “Ну что ты на меня смотришь?”

Молчание

В американском общении, даже в компании можно некоторое время молчать, это не вызовет у других желания “разговорить” собеседника, вообще не привлечет к себе внимания.

У американцев нет понятия “неловкое молчание”. За столом разговор не должен вестись всеми одновременно и непрерывно.

Американские жесты

Американцы, если дать обобщенную характеристику их жестикуляции, жестикулируют меньше русских и более однообразно, их жесты выполняются на большей дистанции друг от друга.

Некоторые специфически американские жесты:

О-кей - указательный и большой палец соединены в кольцо, это наиболее известный в мире американский жест, заимствованный многими невербальными невербальными культурами многих народов.

Чаще всего, как отметили 9 респондентов из 10 , чтобы поймать такси, американцы, стоя на обочине дороги или на тротуаре, обычно вытягивают вперед руку с поднятым вверх большим пальцем.

Чтобы выразить облегчение, американцы в качестве сопровождающего жеста вытирают рукой лоб.

Чтобы показать, что кто-то сошел с ума, американцы проводят возле виска круг рукой.

Для американцев характерно обозначение кавычек двумя пальцами поднятых рук.

Покачивание ладонью, направленной к собеседнику со слегка растопыренными пальцами, выражает в американском общении сомнение.

В Америке нет традиции приветствовать учителя или преподавателя вставанием, вставать при ответе на вопрос.

Пожелание успеха: Keep your fingers crossed! – обычно сопровождается следующим жестом: средние пальцы каждой руки кладутся поверх указательных, остальные пальцы сжимаются и руки поднимаются внутренней стороной к собеседнику; предполагается, что этот жест принесет удачу.

Часто, при прощании, кроме общепринятых взмахов рукой, используется знак из языка глухих. Сжатый кулак поднимается на уровень головы внутренней стороной к собеседнику. Затем большой, указательный и мизинец разгибаются, что значит I love you.

Существуют грубые жесты – выдвижение среднего пальца; грубый жест, означающий “хватит заливать, вешать лапшу на уши” (рука с округленными пальцами передвигается вертикально).

Имеются жесты, частично совпадающие в русской и американской культурах. Так, счет производится с помощью пальцев, но русские их загибают, начиная с мизинца, а американцы разгибают, начиная с большого пальца, либо считают, дотрагиваясь поочередно указательным пальцем одной руки до пальцев раскрытой ладони другой руки. В обеих странах рукопожатие является знаком приветствия, однако в США оно обычно короткое и энергичное при вытянутых во всю длину руках. В России руки полусогнуты и чем больше уважения, тем дольше рукопожатие.

В России стучат по дереву, чтобы не сглазить, а в США дотрагиваются до дерева (touch wood).

Подзывание с помощью сгибающегося указательного пальца нормально в США, но не очень прилично в России. У русских считается неприличным показывать на что-либо, находящееся на близком расстоянии, указательным пальцем, этот жест считается чересчур авторитарным, доминантным, поэтому, если надо, к примеру, указать учащемуся на какое-то слово в раскрытой перед ним книге, преподаватель часто показывает средним пальцем, что кажется неприличным американцам.

Социальный символизм

Невербальная демонстрация уважения к собеседнику

Уважение демонстрируется сдержанностью, приветливостью, минимальной жестикуляцией, сохранением достаточно большой дистанции.

Демонстрировать уважение к женщине, подавая ей пальто или помогая выйти из транспорта, подав руку, не принято, в то же время открывание дверцы машины является демонстрацией уважения.

Чтобы показать особое уважение к гостям, американцы что-нибудь готовят сами, а не подают готовое или разогревают готовые полуфабрикаты.

Невербальная демонстрация добрых чувств, расположения к собеседнику

Демонстрацией расположения к собеседнику является приглашение в дом, показ своего хозяйства, сокращение дистанции общения, рассказ о личных проблемах.

Громкий смех в Америке – тоже признак расположения к собеседнику.

Неприлично, некультурно

Некультурным считается ходить на работе в неофициальной одежде. В официальной, деловой обстановке требования к одежде очень строгие. Деловая женщина даже в страшную жару носит на работе туфли на каблуках, колготки и костюм, мужчины носят костюм и галстук.

В Америке во время еды обе руки должны быть на столе, неприлично держать одну руку на коленях под столом.

Некультурно наклоняться близко к соседу за столом, нарушая его привеси, а также держать свои ноги под стулом соседа за столом.

При этом в Америке не считается некультурным:

сидеть в кресле развалившись, вытянув вперед ноги;

сидеть, держа ногу “четверкой”;
 бросить верхнюю одежду на ручку кресла;
 есть и пить во время лекции или урока;
 сидеть на занятии в шапке, бейсболке;
 встать и ходить по классу во время занятий, урока, лекции;
 жевать жевательную резинку в разговоре;
 сидеть в транспорте, не уступая места старикам или беременным женщинам,
 подозвать указательным пальцем.

Культурно

В деловом общении проявлением культуры считается иметь дорогой костюм, дорогие часы.

Красиво, некрасиво

Красиво для американца все большое.

Многие американские мужчины делают маникюр – это считается красиво.

Не считается некрасивым ходить в шортах и майках. Все от малолетнего ребенка до пожилых людей, от худого до полного носят шорты, джинсы, майки, независимо от того, идут они им или нет, потому что главное для американцев, чтобы было удобно.

В повседневной жизни американцы используют удобную, практичную одежду. Многие женщины, даже преклонного возраста, носят брюки, кроссовки, что у русских считается неподобающей одеждой для данного возраста. Женщины носят мини-юбки независимо от того, красивые у них ноги или нет.

Многие американские женщины с точки зрения русских одеваются неженственно, не следят за собой, не стараются выглядеть привлекательными в повседневной жизни после замужества.

Если русские женщины часто жертвуют комфортом ради красоты в повседневной жизни, американки обычно этого не делают: они, в отличие от русских, не выберут более красивую, но менее удобную одежду.

Символика одежды

Дорогая одежда – символ престижа.

На работе надо быть одетым официально, на отдыхе можно быть одетым крайне неофициально.

Профессора университетов нового поколения демонстрируют в одежде значительно более высокий демократизм, чем их предшественники и могут одеваться неофициально.

Дома одежда должна быть опрятной, не принято дома ходить в старой одежде.

Символика цветов, букетов

На свадьбе невеста бросает букет в толпу подруг, кто поймает – следующая выйдет замуж.

Символика цветовых оттенков

Зеленый цвет (цвет доллара) приносит счастье.

Символика цифр и чисел

Американцы боятся цифры 13, многие отели не имеют 13-го этажа, 13-го номера.

Символика подарков

День Матери - дарят цветы, драгоценности, конфеты. Делают корзинки для рукоделия, кошельки, пляжные сумки, корзинки для пикника.

День Отца - покупают шнурки для кроссовок, кассеты с любимыми записями. Можно помыть отцу машину, вычистить обувь, купить набор инструментов, гамак.

Рождество - подарки обязательны. Они могут быть положены в чулок и преподнесены в Рождественское утро, могут быть спрятаны под елкой. На Рождество делается много благотворительных подарков.

Пасха - дарят конфеты в пасхальных корзинках, раскрашенные яйца, фигуры зайчат, крольчат, цыплят и т.д.

День Св.Валентина - подарки покупные или самодельные: корзиночки, шкатулки, дерево любви, конфеты, кондитерские изделия в праздничной упаковке, перевязанные лентой, с соответствующей символикой.

Halloween - подарками служат шутливо-страшные сувениры, домашняя выпечка в подписаных пакетиках.

В Америке не принято дарить подарки учителям и преподавателям по окончании курса или учебного года, принято просто поблагодарить.

Не приняты денежные подарки руководителю, руководители обычно не принимают подарки вообще. Во многих компаниях существует закон, запрещающий руководителю принимать подарки от своих подчиненных.

Символика посещения общественных мест

Добропорядочным считается посещать по воскресеньям церковь.

Символика угощения

Необязывающим угощением считаются безалкогольные напитки. Если в ресторане американец предлагает своему спутнику выбрать все, что тот хочет, не принято стесняться – угощающий располагает средствами, раз он такое предложил.

Символика отдельных блюд

Кофе – самый популярный в США напиток в любое время суток.

Чай менее популярен, чем кофе. Очень часто он бывает почти безвкусным. Чай, предложенный в местах общественного питания, представляет собой чашку горячей воды, даже не прокипяченной как следует, и блюдце с бумажным пакетиком чая на нем. Вы сами регулируете крепость чай, положив пакетик на нужное время в чашку с водой. В частных домах вы можете

увидеть, как чай предварительно заваривают. В настоящее время все более популярными становятся чаи на травах.

Что касается других напитков, то на втором месте после кофе у американцев стоит кола, затем молоко и фруктовые соки. Летом очень популярны или чай со льдом. Если вы хотите просто воды, попросите ее. В большинстве ресторанов, за исключением самых дорогостоящих, ее вам подадут.

Хот-доги и гамбургеры являются чисто американским изобретением и основным блюдом в сети закусочных по быстрому приготовлению пищи, например, Макдональдс.

Для тех, кто привык к острой кухне, американская еда может показаться довольно пресной. Особо популярны овощные салаты, которые подаются круглый год. Многие американцы, стремясь сбросить лишний вес, тщательно подсчитывают потребляемые калории, поэтому в меню вы обнаружите в большом количестве низкокалорийные блюда. В магазинах вам предложат большой выбор продуктов с низким содержанием жиров – от мороженого до супов и морепродуктов. Диетические напитки, например, кола или имбирное пиво также весьма популярны.

Если вы обедаете у кого-нибудь дома, считается вежливым есть то, что предложат хозяева и не просить чего-нибудь специально для себя, за исключением тех случаев, если хозяева сами предложат вам выбрать или вы захотите воды.

Традиционным набором блюд на обычном обеде являются мясо, домашняя птица, рыба, но они редко подаются в один заход. Исключение составляют морепродукты, которые могут использоваться в качестве аперитива, например, омары или маринованная сельдь.

Большинство американцев завтракают и обедают на ходу – утром – потому, что спешат на работу, днем – поскольку перерыв на ланч ограничен полчасом или часом. В связи с этим и завтрак, и ланч могут быть достаточно легкими (утром американец может ограничиться чашкой кофе, в ланч – салатом или гамбургером). Ужин же для американцев, как правило, – время обильного неторопливого приема пищи, часто – в кругу семьи.

В определенные праздники на столе обязательно наличие традиционных блюд:

Новый год – обязательно шампанское и напиток на основе взбитых яиц, сливок, с добавлением мускатного ореха, сахара, рома (для взрослых).

День Президента – пирог с вишнями или кекс в форме ствола дерева, украшенный вишнями.

День Независимости – традиционные блюда для пикника: хот-доги, гамбургеры, картофельный салат, бобы. Клубника, голубика на белом фоне мороженого.

День труда – ирландская тушенка, домашний хлеб, яблочный пирог.

День Благодарения – жареная индейка, фаршированная ароматизированным хлебом, клюквенное желе, картофельное пюре, тыквенный или яблочный пирог.

Рождество - индейка, ветчина, сладкий картофель, овощи, клюквенный соус, фруктовый торт, сливовый пудинг, сладкий пирог.

Пасха - ветчина или баранина, раскрашенные яйца, горячие булочки с крестом.

День Св.Валентина - хлеб, нарезанный в форме сердца, многослойные бутерброды.

Halloween - фрукты, овощи, блюда из тыквы, орехи, кукуруза, зелень.

День Св.Патрика - пьют много пива.

Символика украшений

Не принято носить много украшений в течение рабочего дня.

Символика передвижения

Американцы практически не ходят пешком - более чем на 200 метров они привыкли перемещаться на машине.

Символика местонахождения человека, помещений

Большое значение в Америке имеет район проживания – есть престижные и непрестижные районы, престижные и непрестижные дома. Считается престижным иметь собственный дом.

Символика покупок, денег, материальных затрат

Дорогой автомобиль, наличие плавательного бассейна дома, смена автомобиля на новый, членство в престижном гольф - клубе и т.п. являются в Америке признаком зажиточности, преуспевания.

Символика запахов

Американцы не так чувствительны к запахам, как англичане, но принято, чтобы собеседник не чувствовал запаха своего собеседника. Это достигается определенной дистанцией общения и ежедневным приемом душа.

Символика манеры речи

Принято говорить хорошо, коммуникативно грамотно, изучение принципов эффективного и грамотного общения является обязательным условием для всех, кто работает с людьми.

Символика примет и суеверий

Кроличья нога приносит счастье (ученики начальной школы носят их повсюду и кладут на парту).

Подкова, подвешенная концами вверх, приносит удачу и богатство, а повернутая наоборот – бедность.

Если пройти под лестницей, то не повезет.

Разбитое зеркало приносит семь лет неудач.

Если птица влетает в комнату, то кто-то умрет.

Откроете зонтик в помещении – у Вас будет неудача (а русские этого не боятся, раскрывая зонтик в помещении после дождя для просушки).

Если увидите падающую звезду, задумайте желание, и оно исполнится.

Если найдете пенни, Вас весь день будет сопровождать удача: See a penny, pick it up. All day long you'll have good luck!

Символика регионов

Аппалачи – деревенщина, необразованность населения, низкий уровень жизни, прекрасная народная музыка.

Восточное побережье (New England) – образованность, либеральность и «ужасный сnobизм».

Ньюйоркцы выделяются тем, что очень быстро говорят.

Регион вокруг Нью - Йорка и Нью - Джерси иногда называют “борщевым поясом” (borsh belt): здесь много выходцев из Восточной Европы, есть особый вид юмора – borsh belt humor.

Юг Америки ассоциируется со светской манерностью, особенно по отношению к женщинам, хотя большинство американцев считает южан малообразованными и расистами.

Значительная часть Юга и Среднего Запада известна как Bible Belt из-за распространения наиболее консервативной формы протестанства. Жители юга говорят более медленно, растягивают гласные, монофонгизируют дифтонги и опускают в произношении “г”.

Средний Запад – сердце Америки. Среднезападный диалект считается образцом произносительного стандарта. Жители – эталон консерватизма, честности и трудолюбия, но считаются ханжами и занудами.

Американский Запад – земля ковбоев.

Западное побережье, особенно Калифорния, представляет собой место, где любая мечта может стать реальностью. Ироническое отношение к местным жителям основывается на их легкомыслии, самовлюбленности, чрезмерном увлечении материальными благами.

Ассоциативное восприятие президентов

Фрэнклин Рузвельт (1933-1945)- инвалид, инициатор введения многих социальных программ.

Д.Эйзенхауэр (1953-1961) – при нем было легче жить, заработка мужчин хватало на содержание семьи, женщины сидели дома, дети слушались родителей.

Джон Кеннеди (1961-1963) связывается с ликвидацией расовой дискриминации.

Ричард Никсон ассоциируется с Уоттергейтским скандалом, его называют Tricky Dick (хитрый Дик).

Джеральд Форд (1974-1977) известен как неуклюжий президент, который нелепо падал в самые неподходящие моменты.

Рональда Рейгана (1981-1988) оппоненты называют “тефлоновым президентом”. В его время было раскрыто много случаев коррупции, но к нему самому ничего “не пристало”. Его называют также Great Communicator за то, что он мог найти общий язык с миллионами избирателей.

Джордж Буш (1989-1993) сам объявил, что он – Education President.

Билла Клинтона (1994—2000) называют Stick Willy за обещания разрешить насущные вопросы дня.

Символика праздников

Многие праздники имеют традиционную символику. Например:

Новогодний День - новогодние елки, украшения, иллюминацию.

День древонасаждений - выставки, плакаты, посвященные охране окружающей среды.

День Матери - красные (живым матерям) и белые (на могилы умершим матерям) гвоздики.

День Отца - красные (живым отцам) и белые (на могилы умершим отцам) розы.

День Памяти - национальные флаги, цветы и венки на могилы погибшим, салют.

День Независимости - национальные цвета (красный, белый, синий) во всем, всюду национальные флаги.

День Ветерана - красный мак в память кровавой битвы на маковом поле, Flanders Field, в Бельгии.

День Благодарения - индейка, тыква, клюква, кукуруза.

Рождество - Рождественская елка, Санта Клаус, олени, запряженные в сани, подарки. Цвета - красный, зеленый.

Пасха - раскрашенные яйца, фигурки крольчат, цыплят, весенняя зелень, цветы.

День Св.Валентина - красные розы, сердца, ленты, банты, купидоны.

Halloween - черный цвет, символизирующий смерть, и оранжевый, символизирующий урожай. Изображения всякой нечисти, тыква с вырезанными глазницами.

День Св.Патрика - трилистник, зеленый цвет в украшениях, одежде.

Глава V.

Основные различия

русского и американского

коммуникативного поведения

Как уже отмечалось во второй главе, доминантными чертами американского коммуникативного поведения, являются:

- общительность,
- открытость,
- коммуникативный демократизм
- выраженная коммуникативная приветливость, доброжелательность

- жизнерадостность, контактность, шумность
- агрессивная самопрезентация
- деловитость общения
- правдивость в общении
- терпимость, стремление к достижению компромисса
- малолюбопытность в общении
- тематическая ограниченность общения,
- малоинформированность
- важность устного общения, устных договоренностей
- ситуативность эмоционального поведения
- любовь к обсуждению своих успехов, достижений
- большая роль юмора в повседневном общении
- шумность в компании, на отдыхе
- большая дистанция общения

Доминантными чертами русского коммуникативного поведения являются:

Общительность
Эмоциональность
Коммуникативный демократизм
Коммуникативная доминантность
Свобода подключения к общению, вступления в контакт
Недопустимость длительных пауз в общении
Низкая роль светского общения
Диффузная самоподача личности
Сдержанная самопрезентация
Высокая искренность в общении
Бытовая неулыбчивость
Стремление к неформальному общению
Высокая эффективность неофициального общения
Низкая вежливость к незнакомым
Невысокая вежливость обслуживающего персонала
Стремление к модификации поведения собеседника
Низкое стремление к достижению компромисса
Допустимость публичного выражения несогласия
Допустимость перебивания собеседников
Приоритетность разговора по душам
Широта обсуждаемой информации
Высокая информированность
Интимность запрашиваемой и обсуждаемой информации
Коммуникативный пессимизм
Высокая оценочность общения
Дискуссионность общения
Проблемность повседневного общения
Предпочтение группового общения

Короткая дистанция

Распространенность физического прикосновения

Интенсивность жестикуляции

Интенсивность мимики

Сопоставление доминантных качеств коммуникативного поведения американцев и русских позволяет выявить основные различия этих двух коммуникативных культур.

Оба народа демонстрируют общительность и коммуникативный демократизм, что сближает две описываемые коммуникативные культуры. Однако американцы при этом демонстрируют в общении большую по сравнению с русскими коммуникативную приветливость, улыбчивость, жизнерадостность и шумность.

Русские проявляют большую по сравнению с американцами коммуникативную доминантность, искренность и эмоциональность в общении, не любят пауз в общении, любят разговор по душам, много высказывают оценок, любят спорить, поднимать в бытовом общении серьезные вопросы, лучше информированы по многим вопросам.

Русские не любят неэмоциональности, сдержанности, светских разговоров, задают незнакомым или малознакомым людям глубоко личные вопросы и рассказывают о себе личную информацию.

Русские склонны к скромности при самопрезентации и к коммуникативному пессимизму (на вопрос “Как дела?”” обычно отвечают “Ничего”, а не “Fine” (прекрасно), как обычно отвечают американцы), не склонны хвальиться своими успехами, американцы предпочитают агрессивную самопрезентацию, для них характерен коммуникативный оптимизм и демонстрация своих успехов.

Американское общение более деловито, прагматично, американцы более правдивы в сообщаемой собеседнику информации. При этом они нелюбопытны, менее информированы по вопросам, не затрагивающим их лично. Официальное общение в американской коммуникативной культуре гораздо более эффективно, чем в русской, в деловом общении официальные лица демонстрируют приветливость и доброжелательность. Предпочтение отдается устной договоренности.

Всемирно известный американский драматург Артур Миллер, сравнивая американцев и русских, говорил, что американцев, в отличие от русских, не интересует, что вы действительно чувствуете и думаете.

Русские стремятся регулировать поведение окружающих, американцы стараются этого избегать. Юмор в русском коммуникативном поведении не является частью бытового повседневного общения, как у американцев, а входит в развлекательное общение.

Американская дистанция общения гораздо больше, чем русская, американцы менее склонны к физическим контактам с собеседником, чем русские. Русская мимика и жестикуляция более интенсивная и разнообразная, чем у американцев.

Существенными оказываются и многие конкретные различия в общении русских и американцев. Перечислим наиболее яркие и существенные из них (разумеется, не претендуя на исчерпывающее описание).

Вербальное коммуникативное поведение

В русской коммуникативной культуре средством установления контакта в русском общении может стать практически любая фраза. При установлении контакта число средств установления контакта у американцев невелико и все они носят достаточно формальный характер.

Понятие "мужчина" и "женщина" соотносится в американской коммуникативной культуре с человеком, достигшим 18 лет. Поэтому американские студенты, в отличие от русских, не используют в обращении друг к другу слова типа "мальчики (мальчишки)" и "девочки (девчонки)".

Для большинства американцев обычным является многократное приветствие знакомого в течение дня.

Вопрос "Вы меня помните?" считается крайне невежливым в американском общении, так как ставит собеседника в очень неловкое положение. В русском общении это допустимо.

Допустимые в американском общении темы, обычно не принятые в русском общении:

в школе – обсуждение ранней сексуальной активности подростков, гомосексуализма, проблем СПИД ;

за столом - допустимо отказаться от предложения выпить, это не будет выглядеть невежливым;

допускается спросить о местонахождении туалета у лица противоположного пола;

Темы, которые возможны в русском общении, но недопустимы в американском: вопросы о размере зарплаты, вероисповедании, за кого голосовал на выборах.

Особенностью прекращения контакта в американском коммуникативном поведении является практика плавного введения разговора в фазу завершения. То, как это делается в русской речевой культуре, кажется американцам слишком резким: "Ну, пока/Ну, все/Ну, я пошел" и т.п. Американцы делают это дольше, замедляя темп обмена репликами в последней фазе диалога и выдерживая более длительные паузы между ними.

В российской коммуникативной культуре существуют такие национально специфичные способы воздействия на поведение адресата, как речевые акты призыва и замечания.

В американской культуре отсутствует речевой акт призыва, поскольку, как уже отмечалось, ситуация модификации поведения большой группы людей для нее не характерна. Соответственно, отпадает необходимость в существовании речевого акта призыва.

Существование речевого акта замечания в российской коммуникативной культуре (такой речевой акт отсутствует в американском общении) связано с ситуацией коррекции поведения ребенка, а в отдельных случаях замечания

используются в общении незнакомых взрослых коммуникантов, например, в общественном транспорте. Для американской коммуникативной культуры это нехарактерно.

Носитель российской коммуникативной культуры может осуществлять вербальную коррекцию поведения собеседника с использованием экспрессивных речевых актов даже при далекой социально-психологической дистанции между коммуникантами и в условиях равных социальных статусов говорящего и адресата. Американский менталитет, индивидуалистический по своему типу, предполагает наличие менее широких возможностей для проявления эмоций в процессе общения и четкое соблюдение прав личности на внутренний суверенитет, поэтому коррекция поведения собеседника во многих ситуациях оказывается культурно неприемлемой, соответственно экспрессивные акты используются носителями американской коммуникативной культуры для воздействия на поведение собеседника реже, чем в российском общении.

Корректируя поведение детей, американцы используют различные виды директивных, реже - экспрессивных речевых актов. Взрослые американские коммуниканты с равными социальными статусами практически никогда не корректируют поведение собеседника, поскольку это может быть расценено как нарушение суверенитета личности. Русские позволяют более широко и более директивно корректировать поведение друг друга.

Американские чаще используют, чем русские, используют речевые акты совета, распоряжения, приказа, намека. Носители российской коммуникативной культуры чаще, чем американцы, отдают предпочтение речевым актам требования и предложения.

Значительная разница наблюдается в частотности использования экспрессивных речевых актов с целью изменения поведения собеседника. Российские коммуниканты открыто выражают свое эмоциональное отношение к поведению адресата в речевых актах недоумения и возмущения. Русские могут открыто выражать свое негативное отношение к поведению адресата, если его социальный статус не выше статуса говорящего. В американской культуре открытое выражение негативных эмоций в принципе не является нормой.

Различаются и наиболее распространенные тактики воздействия на поведение и состояние собеседника. Так, популярная в американском общении тактика волеизъявления *I want you to do something* практически отсутствует в российском общении.

В целом, коммуникативное поведение носителей российской коммуникативной культуры в ситуации модификации поведения и состояния собеседника можно охарактеризовать как более эмоциональное по сравнению с американским. Кроме того, суверенитет коммуниканта в российском общении оказывается более уязвим, поскольку коммуникативная культура допускает возможность не только побуждения адресата к какому-либо действию, но и возможность коррекции поведения собеседника в случае несоответствия его общепринятым нормам или ситуации общения с точки

зрения инициатора замечания. Все это повышает вероятность возникновения коммуникативного конфликта.

В американской коммуникативной культуре суверенитет коммуниканта защищен культурными нормами. В общении это выражается в предпочтительном использовании косвенных форм воздействия на поведение и состояние собеседника, ограничениях на открытое выражение отрицательного отношения к поведению адресата, отсутствии речевого акта замечания как стандартного верbalного способа коррекции поведения собеседника. В целом поведение американских коммуникантов в ситуации модификации поведения и состояния собеседника можно оценить как более эмоционально сдержанное по сравнению с русским общением.

Таким образом, коммуникативное поведение носителей российской коммуникативной культуры в ситуации модификации поведения и состояния собеседника можно характеризовать как более эмоциональное и менее толерантное по сравнению с американским.

Американцы извиняются за возможные неудобства, которые они могут доставить другому человеку, а не только за уже совершенное, за уже доставленное неудобство. При просьбе освободить дорогу, при движении “против течения” и в ряде других случаев извинение в американском коммуникативном поведении носит опережающий характер. Для русского коммуникативного поведения нехарактерно упреждающее извинение, русские коммуниканты чаще извиняются «по факту нарушения», причем иногда только тогда, когда пострадавший обратит их внимание на допущенное нарушение. В России практически не принято извиняться в толпе.

В сфере общения с друзьями русские демонстрируют более серьезные отношения, нежели американцы. Русские довольно часто поддерживают серьезные дружеские отношения со школьными и студенческими друзьями долгие годы, ценя прежде всего старых друзей (“Старый друг лучше новых двух”). Американскому народу не свойственно столь глубокое понятие о дружбе и дружеских отношениях. Понятие “дружба” в американской культуре носит несколько иной оттенок, чем у русских. Говоря о дружбе, американцы скорее всего имеют в виду приятельские отношения, сводящиеся к совместным занятиям спортом, встречам у кого-либо в гостях или на пикнике во время уикенда. Старый друг для американца может существовать как понятие, но американец может сказать: «У меня есть друг, но я его уже 20 лет не видел». Постоянное общение с друзьями не является коммуникативным императивом у американца, оно допускает исключения.

Друзья в России говорят друг другу комплименты, предлагают советы, жалуются на жизнь, просят друг у друга совета, зовут на помощь в трудную минуту (“Не имей сто рублей, а имей сто друзей”, “Друзья познаются в беде”), в том числе просят о физической помощи, много времени стараются проводить вместе, стараются периодически общаться. В такой заметной степени это не свойственно американцам.

Демонстрация хорошего отношения к собеседнику не является у американцев приглашением к дружбе, как в России.

После дружеской вечеринки американцы не становятся автоматическим более тесными друзьями с участниками вечеринки, как в России. Короткий кивок при встрече с американцем на следующий день не следует рассматривать как внезапную холодность, это вполне нормальное явление.

По-разному в Америке и в России относятся к такому явлению, как официальное заявление о каких-либо нарушениях кого-либо в официальные органы власти или полицию. Если в России людей, которые сообщили о поведении соседей в милицию, общественное мнение часто осуждает, у американцев такое поведение считается естественным.

С другой стороны, у американцев, в отличие от россиян, не принято лично вмешиваться в ситуации, требующие официального вмешательства. Не принято вмешиваться в семейную жизнь соседей, в их скандалы, приходить на помочь одной из сторон в семейном конфликте.

Коммуникативный демократизм американцев, быстрота перехода на фамильярное общение, очень высоки, выше, чем в русском коммуникативном поведении.

Американцы могут принять гостя как дома, с домашним угощением, так и в ресторане, но предпочтение обычно все-таки отдается приглашению в собственный дом, за исключением случаев чисто деловых отношений. В русском же общении всегда высшее уважение к гостю – пригласить его к себе домой.

Праздничное общение в России и Америке также отличается. В России на празднике, особенно на свадьбе, юбилее выбираны или приглашают тамаду. Свадебные торжества могут длиться несколько дней, стол отличается большим разнообразием напитков и закусок, за столом всегда царит естественная, непринужденная атмосфера. В США такие праздники проходят гораздо более скромно.

В то время как в России организация празднования дня рождения является обычно обязанностью именинника, что не предусматривает каких-либо сюрпризов, в Америке празднование дня рождения организуется родственниками или друзьями именинника, обычно устраивающими разнообразные сюрпризы.

Во время праздничного застолья в России предлагаются тосты, гости шутят и развлекаются. В США же основная ответственность за развлечение гостей ложится на хозяина.

В американском колледже студенты ведут достаточно изолированную друг от друга жизнь, стараются обходиться без помощи коллег, студенты мало сближаются друг с другом. Не принято подсказывать ответ или отвечать за того, кто не может правильно ответить – каждый должен сам справляться со своими трудностями. Российские студенты помогают друг другу и, более тесно общаются друг с другом в студенческой группе.

У русских ценится помочь другу в достижении успеха, а для этого можно и схитрить, это не будет нечестно, поэтому студенты делятся шпаргалками, поддерживают друг друга, в отличие от американцев, где это не принято. У американских и русских студентов различается отношение к экзамену американцы, в отличие от русских, не рассматривают его как «борьбу

студентов с преподавателем».

Невербальное коммуникативное поведение

Американцы в большинстве случаев поддерживают достаточно большую дистанцию общения - слишком короткая дистанция у американцев связывается с посягательством на личное пространство, агрессией или сексуальным домогательством.

Американская коммуникативная дистанция в целом больше, чем русская. Важно, что сокращение дистанции в американской коммуникативной культуре не свидетельствует о дружеском расположении, как в русской коммуникации.

Американцы намного больше улыбаются в общении, чем русские. В Америке улыбка является неотъемлемой частью разговора, при этом американцы улыбаются незнакомым людям в транспорте, на улице и в других местах. Улыбка в американском общении прежде всего выражает вежливость и доброжелательность, а также личное преуспевание; всех этих функций у русской улыбки нет, она более ситуативна и адресуется в первую очередь личным знакомым, демонстрирует личное положительно отношение к собеседнику. Улыбка в русском общении обычно не выражает благодарность, в то время как в американском общении такая функция улыбки есть.

Для американцев в большей степени, чем для русских, свойственна прямая осанка при сидении, они не наклоняются так низко при еде, как русские.

У русских считается неприличным класть ноги на мебель, сидеть на столе или на полу, сидеть, скрестив руки за головой. В общественных местах женщины не принято сидеть, скрестив ноги, мужчинам – подперев лодыжку коленом другой ноги. Во время еды нельзя класть руки на колени. В американской коммуникативной культуре все это вполне допустимо.

Представим теперь обобщенное систематизированное описание основных особенностей американского и русского коммуникативного поведения в сопоставлении.

Воспользуемся для этого параметрической моделью описания коммуникативного поведения.

Русское и американское коммуникативное поведение

Сравнительное описание

(Параметрическая модель)

Факторы приводятся заглавными буквами, параметры – жирным шрифтом, коммуникативные признаки- обычным шрифтом.

ОБЩИТЕЛЬНОСТЬ

Параметры	Русское коммуникативное поведение	Американское коммуникативное поведение

Стремление к общению	высокое	заметное
Доля общения в структуре деятельности	очень высокая	заметная
Допустимость общения с незнакомыми	высокая	низкая
Интимность обсуждаемой тематики	высокая	низкая
Демонстрация повышенного коммуникативного интереса к отдельным категориям собеседников	высокая	отсутствует
Стремление к расширению круга общения	заметное	не выражено
Настойчивость при вступлении в контакт	повышенная	низкая
Активность в общении	высокая	высокая

КОММУНИКАТИВНАЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ

Стремление к эмоциональной оценке	повышенное	низкое
Стремление к гиперболизации выражения своих чувств	низкое	высокое
Частота использования эмоциональных языковых средств в общении	повышенная	заметная
Необходимость демонстрации положительных эмоций в общении	отсутствует	очень высокая
Искренность коммуникативных эмоций	очень высокая	пониженная
Допустимость высокоэмоционального разговора	высокая	пониженная
Возможность эмоциональной реакции на реплику собеседника	повышенная	недопустимость

ВСТУПЛЕНИЕ В КОНТАКТ

Свобода вступления в контакт	повышенная	заметная
Свобода подключения к общению	высокая	низкая

ХАРАКТЕР ПОДДЕРЖАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО КОНТАКТА

Невмешательство	отсутствие	соблюдается
Интимность обсуждаемой тематики	заметная	невысокая

ХАРАКТЕР ВЫХОДА ИЗ КОММУНИКАЦИИ

Возможность внезапного прерывания	повышенная	отсутствует
--	------------	-------------

контакта		
Плавность выхода из контакта	невысокая	высокая
Использование смены темы	редко	часто
Стремление к сохранению лица собеседника	отсутствует	выражено
Необходимость поддерживающих реплик	заметная	заметная
Контакт взглядом	обязателен	обязателен
Допустимость длительных пауз в общении	недопустима	допустима
Возможность перебивания собеседника	высокая	отсутствует
Внимательное слушание	желательно, но обычно не соблюдается	соблюдается

КОММУНИКАТИВНАЯ ПРИВЕТЛИВОСТЬ

Доброжелательность приветствия	невыраженная	повышенная
Бытовая улыбчивость	низкая	очень высокая
Деловая улыбчивость	отсутствует	очень высокая

КОММУНИКАТИВНЫЙ ДЕМОКРАТИЗМ

Приоритетность неформального общения	выраженная	отсутствует
Стремление к упрощению этикетных норм поведения	заметное	заметное
Стремление к быстрому упрощению коммуникативных отношений	повышенная	высокая
Стремление к паритетности в общении	заметное	повышенное
Стремление к неформальному общению в формальной обстановке	заметное	выраженное
Приоритетность установления дружеских отношений с окружающими	повышенная	невыраженная

КОММУНИКАТИВНАЯ САМОПОДАЧА

Характер самоподачи личности	диффузная	агрессивная
Характер самопрезентации	скромная	агрессивная

Коммуникативная доминантность в общении с окружающими	повышенная	пониженная
Допустимость самопохвалы, саморекламы, демонстрации личных успехов окружающим	отсутствует	высокая
Допустимость демонстрации успехов родственников, детей, успехов в хобби окружающим	заметная	низкая
Демонстрация сопричастности к успехам других лиц	низкая	низкая
Демонстрация знакомства со статусными лицами	заметная	низкая

РОЛЬ ОФИЦИАЛЬНОГО (ФОРМАЛЬНОГО) ОБЩЕНИЯ

Роль светского общения	низкая	высокая
Стремление к неформальному общению	повышенное	заметное
Приоритетность неформального общения	ярко выраженное	пониженная
Эффективность официального общения	невысокая	очень высокая
Доля формального общения	невысокая	высокая

ЭТИКЕТНОСТЬ ОБЩЕНИЯ

Вежливость к незнакомым	пониженная	высокая
Вежливость к знакомым	высокая	высокая
Вежливость к старшим	заметная	пониженная
Допустимость грубости в отношении собеседника	заметная	отсутствует
Вежливость к детям	не обязательна	обязательна
Вежливость детей к родителям и старшим	обязательна	обязательна
Вежливость к женщинам	обязательна	желательна
Вежливость к учащимся	допускает исключения	не допускает исключений
Вежливость к учителям и преподавателям	не допускает исключений	допускает исключения
Вежливость обслуживающего персонала	допускает исключения	не допускает исключений

КОММУНИКАТИВНОЕ ДАВЛЕНИЕ

Стремление к модификации поведения собеседника	повышенное	низкое
Настойчивость в достижении коммуникативной цели	заметная	невысокая
Стремление к модификации картины мира собеседника	заметное	отсутствует
Допустимость вмешательства в общение и поведение других	Повышенная	Отсутствует
Частота модифицирующих речевых актов	Заметная	Низкая

КОММУНИКАТИВНЫЙ КОНТРОЛЬ

Внимание к своей собственной речи	не выраженное	заметное
Внимание к содержанию речи собеседника	заметное	низкое
Коммуникативная рефлексивность	низкая	заметная
Стремление к коррекции собственной речи	низкое	заметное
Стремление к модификации речи собеседника	повышенное	низкое
Прогнозирование результатов своей коммуникативной деятельности	низкое	заметное

ТЕМАТИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБЩЕНИЯ

Допустимость откровенного разговора по душам	высокая	низкая
Широта обсуждаемой информации	высокая	пониженная
Интимность запрашиваемой информации	высокая	пониженная
Интимность сообщаемой информации	высокая	пониженная
Интимность обсуждаемой информации	заметная	невысокая
Широта обсуждаемой проблематики	очень широкая	пониженная
Проблемность повседневного общения	высокая	низкая
Оценочность общения	высокая	невысокая
Коммуникативный пессимизм	выраженный	отсутствие
Искренность	высокая	невысокая
Откровенность в общении	повышенная	пониженная
Доля юмора в общении	низкая	высокая

Степень табуированности	невысокая	заметная
Комплиментарность общения	невысокая	высокая
Эвфемистичность общения	невысокая	высокая
Любовь к рассказыванию анекдотов	заметная	низкая
Широта тематики анекдотов	очень высокая	невысокая
Допустимость грубой лексики при рассказывании анекдотов	заметная	низкая
Стремление к откровенным разговорам	высокое	низкое

ДИСКУССИОННОСТЬ

Стремление к достижению компромисса	низкое	высокое
Публичное обсуждение разногласий	допустимо	не принято
Допустимость эмоционального спора	заметная	низкая
Ориентация на сохранения лица собеседника	отсутствует	пониженная
Допустимость эмоционального спора	повышенная	низкая
Готовность к критике собеседника	высокая	низкая
Готовность вступить в спор	повышенная	пониженная
Удовольствие от победы в споре	заметное	невысокое
Стремление к победе в споре	повышенное	невысокое
Неприятие критики собеседника	очень вероятно	возможно
Использование ант konfliktной тематики общения	редко используется	достаточно широко используется
Перебивание собеседника	широко распространен	недопустимо
Сосредоточенность спора на решении проблемы	очень низкая	высокая
Интерес к спорам и конфликтам окружающих	заметный	пониженный
Любовь к осуществлению критики	выраженная	слабо выраженная
Ант konfliktная тематика общения	редко используется	достаточно широко используется
Демонстрация сочувствия к проигравшему в споре собеседнику	низкая	заметная
Демонстрация уважения к победителю в споре	заметное	повышенное

Возможность перебивания собеседника	повышенная	отсутствует
Возможность критики предметов, принадлежащих собеседнику	низкая	отсутствует
Отношение к инакомыслию	осуждается	приветствуется

**ПРЕДПОЧИТАЕМЫЙ КРУГ ОБЩЕНИЯ И ТИП СОБЕСЕДНИКА
ОРИЕНТАЦИЯ НА СОБЕСЕДНИКА**

Стремление к постоянству круга общения	заметное	мало заметно
Соотношение группового общения и диалога	Предпочтение группового общения	Равнозначность
Предпочитаемые группы общения	Малые и средние	Равно-значность

КОММУНИКАТИВНАЯ ДИСТАНЦИЯ

Дистанция общения	Короткая	Большая
Стремление к сокращению дистанции	Выражено	Слабо выражено

ФИЗИЧЕСКИЙ КОНТАКТ

Физический контакт собеседников	Достаточно распространен	Мало распространен
--	--------------------------	--------------------

СООТНОШЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОГО И НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Допустимость использования зрительного контакта вместо вербального приветствия	недопустимо	допустимо
Стремление к замене речи жестами при эмоциональной речи	пониженное	пониженное
Стремление к замене речи жестами при быстрой речи	пониженное	пониженное
Стремление к замене речи жестами и мимикой при общении	низкое	низкое

ЖЕСТИКУЛЯЦИЯ

Интенсивность жестикуляции	повышенная	умеренная
-----------------------------------	------------	-----------

Размах жестикуляции	широкая амплитуда	неширокая амплитуда
Эмоциональность жестикуляции	повышенная	умеренная

МИМИКА

Интенсивность	высокая	умеренная
Искренность	высокая	умеренная
Спонтанность мимики	высокая	низкая
Интенсивность мимики при выражении отношения к собеседнику	заметная	заметная
Интенсивность мимики при выражении благодарности	заметная	заметная

ГРОМКОСТЬ

Громкость ведения разговора	заметная	высокая
Возможность повышения громкости речи	высокая	пониженная

ТЕМП ОБЩЕНИЯ

Темп ведения разговора	средний	средний
Возможность повышения темпа речи	заметная	заметная

Приведенное сопоставительное параметрическое описание коммуникативного поведения русских и американцев не представляет собой сколько –либо полного описания, в приведенном виде – это попытка наглядно описать и представить некоторые наиболее яркие коммуникативные черты русского и американского коммуникативного поведения, в особенности в тех аспектах, где они не совпадают.

Параметрическое описание показывает, каким путем можно идти при обобщении результатов сопоставительного описания коммуникативного поведения разных народов.

Заключение

Подводя итог описанию коммуникативного поведения американцев, подчеркнем еще раз, что предложенное в данной монографии описание представляет собой этап в исследовании и сопоставлении коммуникативного

поведения русских и американцев. На базе выполненного и отраженного в данном издании описания американского коммуникативного поведения необходимо верифицировать и конкретизировать, специфицировать сделанное описание.

Таким образом, предлагаемое в данной книге описание американского коммуникативного поведения является базой для его дальнейшего исследования и сравнения с русским коммуникативным поведением и, возможно, в дальнейшем – с коммуникативным поведением других народов.

Приложение 1.

Русские глазами американцев

Энн Винтеджест, Т.Н.Степкина

В США Энн Винтеджест был проведен эксперимент по выявлению представления о типичном русском в сознании американцев.

Количество информантов - 11, женщины - 7 человек, мужчины - 4 человека. Возраст опрошенных: 2 человека - 18 лет; 3 человека - 19 лет; 3 человека - 20 лет; 1 человек - 21 год; 1 человек - 22 года; 1 человек - 46 лет.

Род занятий: 10 человек - студенты; 1 человек - врач-инфекционист.

Родной язык всех респондентов - английский. Место рождения -США.

Владение иностранным языком: 8 человек не владеют никаким, 3 - итальянский.

Анкетируемым было предложено ответить на 15 вопросов, касающихся внешнего вида русского человека, его характера, манер, поведения, отношений с членами семьи, родственниками, друзьями, коллегами; задавались вопросы об уровне его образованности и общей культуре, умственных способностях и деловых качествах, материальных, духовных и нравственных ценностях, о его отношении к своей стране, к тому, что происходит за ее пределами, о целесообразности сотрудничества России и Америки.

Источники информации о стереотипных характеристиках русских были разнообразными. Пятеро опрошенных имели непосредственный опыт общения с русскими, в основном эмигрантами из России, проживающих в районах Бруклина, Брайтен Бич, Сансет Парк. Представления остальных были сформированы на базе информации, полученной из телепередач, художественных фильмов, журналов, газет, из рассказов друзей, общавшихся с русскими.

Общий анализ ответов дает возможность отметить следующее.

1. Воспринимаемая анкетируемыми информация различается по степени адекватности реальной действительности (адекватная, неточная, ложная).

Многие ответы свидетельствуют о достаточной информированности американцев по некоторым вопросам. Например: «Русские едят блины, борщ,

пьют водку», «Русские сильны в математике», «больше, чем американцы, интересуются искусством», «любят свою родину и глубоко переживают ее ошибки и беды». 20% ответов отражают поверхностное, иногда до смешного, представление о русских: «Русские хотят иметь талоны на еду, золотые зубы, бижутерию, богатого[ую] супруга[у]», «Русские носят тесную одежду, одежду не своего размера», «хотят приобрести все дешевле четырех долларов».

II. В оценочном плане все ответы можно разделить на три группы: положительная характеристика (90 %), отрицательная характеристика (10%), «нет различий между русскими и американцами» (25% ответов на все вопросы). Из 11 анкет лишь одна содержала ответы с резко отрицательной оценкой.

Приведем примеры положительной характеристики типичного русского по различным параметрам.

Поведение: относится с уважением к окружающим; очень спокойный; добрый, но иногда холодный; сильный характер; на занятиях всегда подготовлен, внимателен, более дисциплинирован, чем американские студенты.

Отношения с членами семьи, друзьями, родственниками, соседями, коллегами: относится с уважением к окружающим; очень близок с семьей, друзьями; очень дружная семья; заботится о маленьких детях.

Отношение к работе: предан делу; готов сотрудничать с коллегами; работает усердно.

Отношение к родине: любит родину, но возмущен коррупцией в политических сферах; любит родину и готов ее защитить; гордится родиной и очень озабочен ее проблемами; гордится достижениями страны.

Умственные способности и культурный уровень: очень умный (1 ответ); больше ценит культуру, чем американцы (1 ответ).

Ценности (материальные и моральные): христианские взгляды; семья; уважение собеседника.

Возможности сотрудничества с русскими: «Да» – 9 ответов, «Нет» – 1 ответ, «Многие русские упрямые» – 1 ответ.

Дадим примеры отрицательной характеристики анкетируемыми русских по тем же параметрам.

Поведение: скрытный; не говорит по-английски; болтливый и шумный; любит флирт; глупый; отвратительный; поверхностный; дешевый и грубый.

Отношения с членами семьи и т.д.: не очень хорошие отношения с семьей; не рассказывает о себе всем; ладит с соседями, только если они русские (Наверное, это мнение только об эмигрантах Нью-Йорка).

Отношение к работе: несилен в бизнесе (2 ответа).

Отношение к родине: любит или ненавидит родину.

Умственные способности и культурный уровень: знает не очень много (2 ответа); они не знают ничего (1 ответ).

Ценности: деньги; талоны на еду; секс.

Ответы на вопрос «Как американцы относятся к русским?» несут прямую оценочную характеристику: хорошо (5 ответов); не так хорошо, как следовало бы (2 ответа); так, как отдельные русские относятся к американцам (1); с

ненавистью и отвращением (1); старшее поколение (за 40) устали от русских, молодежь более открыта и дружелюбна (1); как к иностранцам (1), нет ответа (1). 4 ответа свидетельствуют об отрицательном отношении американцев к русским (вероятно, речь опять идет о русских эмигрантах Нью-Йорка).

III. О степени информированности анкетируемых можно сказать следующее. Нулевая информированность (ответ «не знаю», 30-50%) наблюдалась по вопросам:

о характере русского (30 % ответов); о еде (30 %); о досуге (50%); о желаемом приобретении (50%); об отношении к работе (50%); об умственных способностях (40%); об основных ценностях (40%).

Наилучшая информированность наблюдалась по вопросам:

отношения с членами семьи (90% ответов); отношение к родине (90%).

Разнообразие характеристик было предложено по параметру «Как выглядит?» (лицо, черты лица, цвет кожи, волос, щеки, сила).

При описании одежды американцы указали лишь на шерстяную одежду, шерстяную шляпу, длинное пальто, тесную одежду не по размеру, старомодный стиль (на 10 лет отстаем от США)..

Таким образом, анализ ответов американцев на вопросы анкеты «Типичные русские в моем представлении» позволяют сделать вывод о недостаточной информированности анкетируемых об особенностях национального сознания русских, об их образе жизни и поведении. Часто общее представление о русских складывалось на базе предвзятых суждений, «ходящих мнений», ложных образов, формируемых в основном под влиянием массовой культуры и средств массовой информации, а также в результате случайного общения (судя по некоторым ответам, не с лучшими представителями России за рубежом). Созданный стереотипный, схематический образ иногда способствовал созданию отрицательных критических суждений, ряд случайных признаков выдавался в качестве существенных характеристик объекта анализа.

Причина ложных представлений заключается в отсутствии (для обычных американцев) информации о жизни и культуре России, о последних событиях динамично развивающегося российского общества. Недостаточное личностное общение американцев и русских также способствует формированию ложных, поверхностных стереотипов.

Проведенное российскими и американскими преподавателями исследование показало, что, несмотря на объективные трудности общения русских и американцев, наблюдается значительный интерес народов друг к другу и стремление к более тесным профессиональным и личным контактам.

Приложение 2.

Исследования , опубликованные членами проблемной группы «Коммуникативное поведение» (Воронеж)

по проблемам американского коммуникативного поведения

1. Базарская Н.И. О некоторых особенностях коммуникативного поведения американцев // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998. С. 63.
2. Базарская Н.И. Особенности коммуникативного поведения американских мормонов // Культура общения и её формирование. Воронеж, 1994. С.36.
3. Болхоева А.Б. Национальная специфика гостеприимства в русской и англоязычной культурах // Культура общения и её формирование. Вып.8. Воронеж, 2001. С.
4. Добрынина Л.А. Коммуникативное поведение американцев в общении с противоположным полом // Культура общения и её формирование. Вып.6. Воронеж, 1999. С. 84.
5. Добрынина Л.А. О национальной специфике американского гендерного коммуникативного поведения // Культура общения и её формирование. Вып.7. Воронеж, 2000. С. 32.
6. Ерёма А.В. О некоторых особенностях американского коммуникативного поведения // Культура общения и её формирование. Вып.5. Воронеж, 1998. С. 47.
7. Кучеренко С. Н. Особенности русского и американского диалогического коммуникативного поведения // Культура общения и её формирование. Вып.8. Воронеж, 2001. С.
8. Марченко Н.И., Марченко О.И. Коммуникативное поведение американцев в период празднования Halloween // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998. С. 64.
9. Правшина И.М. Особенности общения американцев в условиях школы // Культура общения и её формирование. Вып.6. Воронеж, 1999. С. 90.
10. Серебрякова Р.В. Общение русской эмиграции в Америке // Культура общения и её формирование. Вып.2. Воронеж, 1995. С. 40.
11. Стернин И.А., Стернина М.А. Contrastive studies of Russian and American communicative behavior // *Idiom*. New York, vol.27, No.4. P. 1, 12 .
12. Стернин И.А. Американские коммуникативные табу // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998. С. 65-66.
13. Стернина М.А. Видеокурс «Семейный альбом, США» и обучение американскому коммуникативному поведению // Культура общения и ее формирование. Воронеж, 1994. С.29

14. Стернина М.А. О некоторых особенностях обучения американскому коммуникативному поведению на занятиях по английскому языку. // Культура общения и её формирование. Вып. 2. Воронеж, 1995. С. 38.
15. Стрельникова М.А. Коммуникативное поведение интервьюера и интервьюируемого в русской и американской коммуникативных культурах // Язык и национальное сознание. Вып.2. Воронеж, 1999. С. 100-102.
16. Стрельникова М.А. Стереотипное представление об американцах и обучение американскому коммуникативному поведению // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998. С. 60.
17. Таранцей Ю.В. Кто нам ближе - англичане или американцы? // Речевое воздействие. Научно-информационный бюллетень Воронежской риторической ассоциации и Воронежской психолингвистической ассоциации. Вып.2. Воронеж, 1998. С. 19.
18. Таранцей Ю.В. Национально-культурная специфика средств установления контакта в русском, английском и американском общении // Культура общения и её формирование. Вып.5. Воронеж, 1998. С. 45.
19. Фомина И.В. Алкоголь и общение в американской культуре // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998. С. 76.
20. Хренова Н.Ф. Коммуникативное поведение американцев в ресторане // Культура общения и её формирование. Вып.6. Воронеж, 1999. С. 89.
21. Шилихина К.М. The Usage of Reprimands in Russian and American cultures // The Pleasures and Joys of TESOL. Proceedings of the 4th Annual TESOL-Russia Conference. Voronezh, 1997. Р. 76-77.
22. Шилихина К.М. Вербальные способы модификации поведения и эмоционально-психологического состояния собеседника в российской и американской коммуникативной культурах. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Воронеж, 1999. 24 с.
23. Добринина Л.А. Страноведение и коммуникативное поведение // Иностранные языки в современной социокультурной ситуации. Воронеж, 1999. С. 51-52.
24. Шилихина К.М. Коммуникативное давление в российской и американской коммуникативных культурах // Культура общения и ее формирование. Материалы V региональной научно-методической конференции. Воронеж, 1998. С. 48-49
25. Шилихина К.М. Модификация поведения собеседника в русской и американской коммуникативных культурах // Филологические записки: Вестник литературоведения и языкоznания: Вып. 8. - Воронеж: Воронежский государственный университет, 1997. С. 178-185.

Литература

1. Althen, Gary. American Ways. – Intercultural Press, Maine, 1988.
2. Berg, Elizabeth. Family traditions. USA, 1992.
3. Bovee, Courtland L., Thill, John V. Business Communication Today. McGraw-Hill, Inc.,USA, 1989.
4. Brosnahan, Leger. Russian and English Nonverbal Communication. Moscow, Bilingva, 1998.
5. Broukal, Milada, Murphy Peter. Introducing the USA. A Cultural Reader. USA.1993.
6. Business Communication Today. McGraw-Hill, Inc.,USA, 1989.
7. Celebrate! Holidays in the USA. Washington D.C. , 1993.
8. Ertelt-Fieth, A. Kulturvergleichende Analyse von verhalten, Sprache und Bedeutungen in Moskauer Alltag. Frankfurt am Mein, 1987.
9. Fleckenstaein K., Sternin I. Studien zur Kontrastiven Lexikologie und Phraseologie. Halle, 1989.
10. Gaston, Jan. Cultural Awareness Teaching Techniques. Vermont, 1984.
11. Gerhart Geneva. The Russian's World Life and Language.-2nd ed. Orlando, 1995.
12. Graham, John. The Influence of Culture on the Process of Business Negotiations: an Exploratory Study // Journal of International Business Studies", XVI, # 1 (spring 1985).
13. International student's guide to the USA. USA, 1996.
14. Lanier, Alison R. Living in the USA. Yarmouth, 1996.
15. Laura M., Lynn, Sarah. Business Accross Cultures. Effective Communication Strategies. Longman, N.Y. , 1995.
16. Levin, Deena R., Buxter, Jim, McNulty, Piper. The Culture Puzzle. Prentice Hall Regents, 1987.
17. Littlejohn Andrew. Company to Company. Cambridge University Press, 1988.
18. Lougheed Lin. Business Correspondence. Addison-Wesley Publishing Company,1993.
19. Making America. Ed. by Luther S.Luedke. Washington, 1991.
20. Monahan, Barbara. A Dictionary of Russian Gesture. Tenafly, 1983.
21. Oberg, Kalervo. Culture Shock: Adjustment to New Enviornments // Practical Anthropology. 1960, N 7, p.177-182.
22. Roberts, Elisabeth. Xenophobe's Guide to the Russians. Oval Project Ltd., London, 1993.
23. Ruch, William V., Crawford, Maurice L. Business Communication. MacMillan

Publishing Company, USA, 1991.

24. Seelye, H. Ned. *Teaching Culture. Strategies for Intercultural Communication*. Lincolnwood, Illinois. 1993.
25. Sternin I. Communicative behavior as an aspect of language teaching // *The pleasures and joys of TESOL*. Voronezh, 1997в. - P.5 -6.
26. Sternin I. Communicative Behavior as an Aspect of Language Teaching // *The Pleasures and Joys of TESOL*. Voronezh, 1997, p.5 –6.
27. Sternin I. Das kommunikative Verhalten im Russischen - ein wichtiger Aspekt bei der Vermittlung und Aneignung der russischen Sprache // *Fremdsprachen ausbildung an der Hochschule*. Göttingen, 1997, S.52-53
28. Sternin I. Das kommunikative Verhalten im Russischen - ein wichtiger Aspekt bei der Vermittlung und Aneignung der russischen Sprache // *Fremdsprachen ausbildung an der Hochschule*. Göttingen, 1997г. - S.52-53
29. Sternin I. Kommunikatives Verhalten der Russen und das Erlernen des Russischen als Fremdsprache // *FMF/FIPLV - Kongreß*. Hamburg 94. Kurzfassungen der Vorträge. Hamburg, 1994е. - S.S. 140 - 141.
30. Sternin I. Non-verbal means in communication Klangsprache im Fremdschprachenunterricht. Woronesh, 1998. S. 2.
31. Sternin I. Probleme einer Beschreibung des Russischen Kommunikationsverhaltens mit didactischer Zielstellung // *Sprache, Literatur und Landeskunde slavischer Volker*. Peter Lang, 1994ж. - S. 205 – 212
32. Sternin I., Sternina M. Contrastive studies of Russian and American Communicative Behavior // *Idiom*. New York, vol.27, No.4, p. 1, 12.
33. Stevenson, D.K. *American Life and Institutions*. Washington, D.C., 1987.
34. Stevenson, D.K. *American Life and Institutions*. Washington, D.C., 1998.
35. *The Culture Puzzle*. Englewood Cliffs, 1987.
36. Tiersky, E. and Tiersky, M. *The USA: Customs and Institutions*. Prentice Hall Regents, New Jersey, 1990.
37. Tomalin, B. and Stempleski, S. *Cultural Awareness*. Oxford University Press, 1996.
38. Tubbs S., Moss S.. *Human Communication*. N.Y., 1987.
39. Ur, Penny, Wright, Andrew. *Five-Minute Activities*. Cambridge University Press, 1993.
40. Абросимова Елена, Кейгел Патрик. *Здравствуйте, американцы!* Саратов, 1997, 129 с.
41. Балдвин А.О сходстве и различии менталитета и поведения российских и американских студентов // *Профессионалы за сотрудничество*.- Вып.4.- М, 2000, С. 368-387
42. Беспамятнова Г.Н. Языковая личность телевизионного ведущего.: Автoref. дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1994.
43. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. *Лингвострановедческая теория слова*. М., 1980.
44. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. *Язык и культура*. М., 1990.
45. Высочина О.В. Исследования по проблемам коммуникативного поведения, опубликованные членами воронежской проблемной группы “Коммуникативное

поведение" в 80-90-ых г.г. // Коммуникативное поведение. Русское и финское коммуникативное поведение. - Вып. 1. - Воронеж, 2000. - С. 88-98.

46. Грищук Е.И. Понимание культурологической лексики старшеклассниками // Культура общения и её формирование. Воронеж, 1999. - С.73-74.
47. Жванецкий М. Я играю Америку // «Неделя», 1988, № 40.
48. Карапулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
49. Карапулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. М., 1989. - С. 3-8.
50. Касьянова К. Если Магомет не идет к горе...// "Знание - сила", 1992, N 1, с.15-23.
51. Касьянова К. О русском национальном характере. М., 1994.
52. Корявин Л. Тысяча и один день в Америке. М., 1990.
53. Лемяскина Н.А. Детский менталитет и формирование коммуникативных навыков ребенка // Риторика в современном образовании. М., 1999. - С. 88-89.
54. Лемяскина Н.А. Коммуникативное поведение младшего школьника в семье // Культура общения и ее формирование. Воронеж, 1998 г. - С. 36-37.
55. Лемяскина Н.А. Опыт экспериментального исследования коммуникативного поведения младшего школьника // Детская речь и пути ее совершенствования. Екатеринбург, 1998. - С. 55-56.
56. Лемяскина Н.А. Вербальное поощрение: коммуникативные ожидания ребенка // Язык и национальное сознание. - Вып. 2. - Воронеж, 1999. - С. 188-191.
57. Лемяскина Н.А. Детский менталитет и коммуникативное поведение младшего школьника // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998. - С. 70.
58. Лемяскина Н.А. Коммуникативное поведение и коммуникативное мышление первоклассника // Вестник ВИПКРО. - Вып. 5 - Воронеж, 2000. - С. 95-98.
59. Лемяскина Н.А. Коммуникативное поведение младшего школьника (психолингвистическое исследование). Дисс..... канд.филол. наук. Воронеж, 1999.
60. Лемяскина Н.А. Коммуникативное поведение младшего школьника: Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Красноярск, 1998е. - С. 91-94.
61. Лемяскина Н.А. Модель коммуникативного поведения первоклассника // Языковое сознание: содержание и функционирование. М., 2000д. - С. 138-139.
62. Лемяскина Н.А. Проблемы изучения коммуникативного поведения младшего школьника // Вестник ВОИПКРО. - Вып. 3. - Воронеж, 1999б. - С. 61-64.
63. Лемяскина Н.А., Стернин И.А. Коммуникативное поведение младшего школьника. Воронеж, 2000.
64. Мрудь Н.А. О понятии "коммуникативное поведение учителя" // Культура общения и ее формирование. Воронеж, 1997. - С. 11-12.
65. Мрудь Н.А. Профессиональный менталитет и профессиональное коммуникативное поведение // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998б - С. 27-28.
66. Национально-культурная специфика речевого поведения. М, 1977
67. Национально-культурная специфика общения народов СССР. М, 1982.
68. Николаев В. Американцы. М., "Советский писатель", 1985.
69. Полюкова Т.И. Коммуникативное поведение младших и старших школьников: проблема сходства // Культура общения и её формирование. Воронеж, 1998. - С.40.

70. Прохвачева О.Г. Лингвокультурный концепт «приватность» (на материале американского варианта английского языка): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000.
71. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку студентов- иностранцев. М., 1997.
72. Рыпникова Я.Т. Семейная беседа: обоснование и риторическая интерпретация жанра. Дисс. ... канд. филол наук. Екатеринбург, 1996.
73. Селезнева Г.Я. Коммуникативное поведение русских в ситуации приветствия и прощания // Язык и культура. Воронеж, 1996. -С. 20-21.
74. Серебрякова Р.В. Особенности восприятия комплимента мужчинами и женщинами //Гендер: язык, культура, коммуникация. М., 1999а. - С.89-90.
75. Сопер П. Основы искусства речи. М., 1992.
76. Стернин И.А. Коммуникативное поведение и национальная культура // Вестник ВГУ. Сер. Гуманитарные науки. -1996д - № 2. - С. 45-64.
77. Стернин И.А. Типы коммуникативных действий и коммуникативное поведение человека // Прагматические аспекты функционирования языковых единиц. М., 1991г. -С.9.
78. Стернин И.А Коммуникативное поведение и обучение языку // *Aktuelle Probleme der Beschreibung einer Sprache als Fremdsprache*. Halle,1991б. - S. 3 - 13.
79. Стернин И.А Коммуникативное поведение человека как интегральная наука //Лингвистическая семантика и прагматика. М. - Харьков,1991. - С. 20 -22.
80. Стернин И.А Нормы коммуникативного поведения // Нормы человеческого общения. Горький, 1990. - С. 230 - 232.
81. Стернин И.А О некоторых особенностях русского общения // Болгарская русистика - 1992 - №2. - С. 54- 57
82. Стернин И.А. Улыбка в русском общении // Русский язык за рубежом - № 2 - 1992. - С. 54 – 57.
83. Стернин И.А. Американские коммуникативные табу // Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998б. - С. 65-66.
84. Стернин И.А. Английское коммуникативное поведение //Английский язык в школе и вузе. Воронеж, 1995. С. 3 - 4
85. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры. //Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996б. - С. 97-112.
86. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре обучения студента-иностраница // Проблемы функционирования и преподавания русского языка как иностранного. Воронеж, 1990. С. 73
87. Стернин И.А. Коммуникативное поведение и межнациональная коммуникация // Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков. - М., 1996. - С.75-81.
88. Стернин И.А. Коммуникативное поведение и национальная культура народа //Филологические записки. -1993 -№1 - С.180-186.
89. Стернин И.А. Коммуникативное поведение и национальная культура народа // Филологические записки, 1993, № 1. С.180-186
90. Стернин И.А. Коммуникативное поведение как активное страноведение // Язык и культура. Воронеж, 1996. С . 15-16.

91. Стернин И.А. Коммуникативное поведение как аспект обучения иностранному языку // Новые идеи в преподавании иностранных языков: взгляд в будущее. Воронеж, 1994.д. - С. 20-21.
92. Стернин И.А. Коммуникативное поведение как аспект обучения иностранному языку // Иностранные языки в современной социокультурной ситуации. Воронеж, 1999в. - С. 50-51.
93. Стернин И.А. Коммуникативное поведение как предмет описания // Тверской лингвистический меридиан. - Вып. 1. - Тверь, 1998а. - С. 93-98.
94. Стернин И.А. Национальная специфика коммуникативного поведения // ХП международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1997. - С. 147-148.
95. Стернин И.А. О некоторых особенностях русского общения // Культура общения и ее формирование. Воронеж, 1994в. - С. 27.
96. Стернин И.А. О некоторых особенностях русского общения // Болгарская русистика, 1992, №2. С. 54- 57.
97. Стернин И.А. О понятии коммуникативного поведения / Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung. Halle, 1989. - S. 279 - 282
98. Стернин И.А. О понятии коммуникативного сознания // Культура общения и ее формирование. Вып. 8, Воронеж, 2001, с. 55-59.
99. Стернин И.А. Общие особенности коммуникативного поведения народа: реальность или фикция? // Язык.Этнос.Сознание. Культура. М., 1994. С.94-95.
100. Стернин И.А. Общие особенности коммуникативного поведения народа: реальность или фикция?// Язык. Этнос. Сознание. Культура. М., 1994г. - С. 94-95.
101. Стернин И.А. Очерк русского коммуникативного поведения. Галле, 1991.
102. Стернин И.А. Почему русские мало улыбаются? // Практика, 1996, № 2. С. 5 –6.
103. Стернин И.А. Русская невербальная коммуникация. // Актуальные проблемы включенного обучения: организация, научно-методические основы. Воронеж, 1989б. - С.188-200.
104. Стернин И.А. Русское коммуникативное поведение // Проблема национальной идентичности в литературе и гуманитарных науках XX века. - Воронеж, 2000. - С. 95-128.
105. Стернин И.А. Русское коммуникативное поведение в структуре обучения русскому языку как иностранному // Русский язык и литература в общении народов мира: проблемы функционирования и преподавания. М., 1990. С. 229 –230.
106. Стернин И.А. Русское общение // Fremdsprachenunterricht. 1994, № 2. S.134 – 135.
107. Стернин И.А., Флекенштейн К. Studien zur Kontrastiven Lexikologie und Phraseologie. Воронеж, 1994.
108. Стернин И.А. Коммуникативное поведение и межнациональная коммуникация // Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков. М., 1996. С.75-81.

109. Стернин И.А.. Коммуникативное поведение и обучение языку // *Aktuelle Probleme der Beschreibung einer Sprache als Fremdsprache*. Halle,1991. S. 3 – 13.
110. Стернин И.А.. Коммуникативное поведение человека как интегральная наука. Лингвистическая семантика и прагматика. М. - Харьков, 1991. С. 20 –22.
111. Стернин И.А.. О понятии менталитет // *Язык и национальное сознание*. Воронеж, 1998, с.24-26.
112. Тичи Н., Деванна М. Лидеры реорганизации. М., 1990.
113. Уфимцева Н.В. Человек и его сознание: развитие подсознания и коммуникации // *Язык и сознание*. М. 1993. - С. 59-75.
114. Федорова Н.В., Тумина Л.Е. Жесты // *Педагогическое речеведение. Словарь-справочник*. М., 1998. - С. 57-58.
115. Формановская НИ.Речевой этикет и культура общения. М., 1989.
116. Формановская НИ. Употребление русского речевого этикета. М., 1984.
117. Этнопсихолингвистика. М., 1988.

Содержание

От научных редакторов	с.3
Глава 1. Проблемы описания национального коммуникативного поведения	с.6
1. Национальные особенности общения как предмет описания	с.6
2. Понятие и виды коммуникативного поведения	с.10
3. Теоретический аппарат описания национального коммуникативного поведения	с.12
4. Коммуникативное поведение как аспект обучения иностранныму языку	с.17
5. Проблема моделирования коммуникативного поведения народа	с.18
Принципы описания коммуникативного поведения народа	с.18
Источники материала исследования	с.21
Методы и приемы исследования	с.22
6. Проблема типизации и верификации описания	с.32
7. Модели описания коммуникативного поведения народа	с.37
8. Менталитет, национальный характер, национальное поведение	с.39
9. Методика исследования коммуникативного поведения в рамках проекта «Американское и русское коммуникативное поведение»	с.41
Глава 2. Американский характер и коммуникативное поведение	с.42
1. Доминантные черты американского характера	с.42
2. Доминантные черты американского коммуникативного поведения	с.55
3. Стереотип типичного американца в русском сознании	с.64
Глава 3. Американское вербальное коммуникативное поведение	с.72
1. Общие особенности американского вербального коммуникативного поведения	с.72

2. Американское вербальное поведение в стандартных коммуникативных ситуациях	c.87
3. Американское коммуникативное поведение в коммуникативных сферах	c.111
Глава 4. Американское невербальное коммуникативное поведение	c.164
Глава 5. Основные различия русского и американского коммуникативного поведения	c.179
Приложение 1. Русские в представлении американцев	c.194
Приложение 2. Исследования, опубликованные членами проблемной группы «Коммуникативное поведение» (Воронеж) по проблемам американского коммуникативного поведения	c.196
Литература	c.199
Содержание	c.205