

МЕТОДИКА

УДК 372.881

ОБУЧЕНИЕ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЕ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

канд. пед. наук, доц., А.В. КОНЫШЕВА

(Белорусский государственный экономический университет, Минск)

Рассматриваются особенности обучения речевой культуре студентов высших учебных заведений, т.к. в большинстве своем выпускники отечественных вузов недостаточно хорошо знают реалии жизни носителей английского языка и еще меньше их культуру, умозаключения и стиль мышления. Пробелы в знании чужой страны и ее культуры всегда проступают в языке. Поэтому необходимо обучать иностранному языку одновременно с культурой этого языка.

Предлагается обучение разговорной английской речи в определенных сферах, рассматриваются лингвистические проблемы и язык жестов, которые в случае незнания нередко оказываются камнем преткновения в общении с иностранцами. Знание всех этих особенностей ведет к лучшему пониманию между людьми разных национальностей и культур.

Ключевые слова: *речевое поведение, эффективная коммуникация, иноязычная среда, социокультурные особенности, национально-культурная специфика.*

Введение. Профессиональная деятельность современного специалиста осуществляется в условиях интернационализации общества, ведущей к возникновению международных связей между различными государствами и в различных сферах. В частности, любой специалист, имеющий высшее образование, должен обладать готовностью к вхождению в иную культурно-языковую среду, к усвоению и воспроизведению социального опыта с учетом культурных различий и норм речевого поведения и этикета культур страны пребывания. Принимая во внимание, что общение с партнерами осуществляется через коммуникацию, можно сделать вывод, что данный процесс включает в себя усвоение, активное воспроизводство и, как следствие, преобразование индивидом опыта коммуникативного поведения в профессиональной иноязычной среде.

Основная часть. О необходимости обучать коммуникативному поведению в иноязычном сообществе свидетельствуют исследования специалистов в области лингводидактики. Например, Ю.Е. Прохоров и И.А. Стернин рассматривают коммуникативное поведение как один из аспектов обучения иностранному языку (ИЯ) наряду с обучением говорению, чтению, письму и аудированию [1].

В процессе освоения ИЯ студенты обычно выучивают большое количество слов, фраз, клише, идиом и т.д. Но поехав за рубеж, им сложно, например, положить деньги в банк, а потом проблематично снять их для собственных нужд. Возникает и множество других проблем. Заучиваются стандартные диалоги (а они не всегда бывают аутентичными) по устным темам, разработанные преподавателями. Но следует помнить, что в другой лингвокультуре эти фразы могут оказаться неэффективными, т.к. приходится общаться с живыми людьми, а они порой меняют стереотипные фразы. То есть выпускник вуза просто не владеет коммуникативным поведением, свойственным другому социуму.

Учитывая специфику деятельности специалиста, окончившего вуз, проблема развития способности и готовности к эффективной коммуникации в иноязычной среде особенно актуальна, т.к. для специалиста с высшим образованием одной из профессиональных функций является необходимость осуществления коммуникационных процессов не только в родном, но и в ином лингвосоциуме. Здесь стоит сказать о том, что не только необходимо хорошо выучить язык той страны, которую человек собирается посетить, но и овладеть азами коммуникативного поведения данной страны. В связи с этим является интересным и значимым высказывание Э. Экономакиса: «Чем лучше говорит на каком-то языке человек, тем более странным выглядит его, не согласующееся с этим языком, поведение» [2, с. 7]. И с этим трудно не согласиться, т.к. это можно рассматривать как парадокс, называемый в науке «когнитивным диссонансом»: человек чувствует себя в достаточно сложной ситуации, потому что ему приходится осознавать несоответствие между своим поведением и поведением окружающих в чужой культуре. Таким образом, для того чтобы правильно говорить по-английски, необходимо знать и поведенческие нормы коммуникации. В этих нормах отражается социальный уклад страны, они влияют на привычки, вкусы, психологию человека, его нравственность, моральные принципы и т.д.

Одной из задач современной коммуникативной лингвистики известный ученый И.А. Стернин называет разработку «моделей описания коммуникативного поведения лингвокультурной общности» [3, с. 84]. Действительно, по нашему мнению, рассмотрение коммуникативного поведения как одного из аспектов обучения ИЯ является необходимым для эффективного межкультурного общения. Поэтому, думается, актуально включение моделей коммуникативного поведения, характерных для изучаемой лингвокультуры, в содержание обучения будущих выпускников вузов.

Мы разделяем мнение российского профессора Е.К. Черничкиной о необходимости целенаправленной организации обучения ИЯ посредством конструирования ситуаций, стимулирующих «появление коммуникативных паттернов, характерных для данной лингвокультуры» [4, с. 180].

В свою очередь, Н.Д. Гальскова указывает на необходимость приобщения студентов к социокультурным особенностям в типичных ситуациях речевого общения в изучаемой лингвокультуре, т.е. это означает важность моделирования различных типов общения в процессе обучения ИЯ (например, ситуации приветствия, поздравления и т.д.). Н.Д. Гальскова справедливо отмечает: «Недопустимо, когда к общению в инокультурной действительности подходят с готовыми мерками, сформированными в родной культуре» [5, с. 128]. Она характеризует среду социализации как естественное условие, определяющее возникновение стереотипов, выбор варианта поведения в соответствии с определенной ситуацией речевого общения. Принимая точку зрения Н.Д. Гальсковой, можно сказать, что при проведении занятий по ИЯ необходимо моделировать ситуации речевого общения со всеми присущими этим ситуациям параметрами. Это означает, что необходимо развивать у студентов умения использовать иноязычные лексические и грамматические средства в соответствии с этими ситуационными параметрами. Например, услышав фразу «*I am going to the drug store to buy a pen*» – «Я собираюсь в аптеку, чтобы купить ручку», студент, естественно, удивится, а данное высказывание приведет его в недоумение, потому что он может и не знать, что в Америке аптеки предлагают своим клиентам купить не только нужные им лекарства, но и обиходные вещи, например, это могут быть почтовые марки, принадлежности для письма и даже такие мелочи, как шоколад, жевательная резинка и т.д. [6, с. 96].

Студентам также необходимо объяснить, что английское слово «*recipe*», которое переводится на русский язык как *рецепт*, в английском языке имеет значение, которое связано лишь с кулинарией, т.е. *кулинарный рецепт*. Если же нужно получить *рецепт* у врача, то в этом случае следует употреблять *prescription* [7, с. 231].

Данные примеры свидетельствуют о том, что знание фоновой, безэквивалентной лексики будет нужно в дальнейшем не только тем, кто собирается связать свою жизнь с переводческой деятельностью, но и всем тем, кто хочет выйти на уровень грамотного, свободного и достаточно компетентного пользователя ИЯ. Это очень поможет избежать конфликтных ситуаций, таких как недопонимание и неправильное восприятие того или иного явления на уровне межличностного общения. Поэтому незнание социокультурных особенностей просто недопустимо для любого человека, имеющего высшее образование.

Говоря о приемлемости или неприемлемости речевой формулы, мы сталкиваемся с таким понятием, как *political correctness*, что означает тактичность (корректность) в употреблении языка. С этой целью американцы попытались создать так называемый «свободный от предрассудков» язык, что по-английски будет *bias-free*. Эта попытка была предпринята для того, чтобы невежественность незнающего язык не нанесла обиду и не оскорбила человека определенной расы, физического состояния и т.д. Имеется в виду, что требования политической корректности означают, что ничьи чувства или социальное положение не должны ущемляться. А эти требования, как известно, достаточно проблематичны, т.к. очень часто подвержены изменениям во времени. При общении с человеком другой культуры часто возникает вопрос: как называть американца африканского происхождения? Однозначно, следует сказать *African-American*, а не *black*. А также ни в коем случае не употребляется ни *Negro* и не *colored*. О людях, которые являются индейцами по происхождению, нужно говорить *native American* вместо *American Indian* [8, с. 54].

Или более проблемный вопрос: как обращаться к людям, имеющим физические или умственные отклонения, чтобы их ненароком не обидеть? Например, когда говорится об умственно отсталых людях, то следует употреблять в отношении них *mentally/developmentally challenged*. Людей, которые имеют физические отклонения, – *physically challenged*, недопустимо именовать их как *handicapped*, а *disabled person*, непозволительно называть *invalid* или *cripple*. Что касается наркоманов, то корректнее не *drug addict*, а *substance abuser* [8, с.59].

И еще достаточно интересный пример. Говоря о бедных людях, словосочетание *poor people* уже не употребляется по правилам политкорректности. Следует сказать *disadvantaged*. Если речь пойдет о людях преклонного возраста, то стоит сказать не *old people*, а *seniors*.

А вот когда возникает необходимость спросить у человека средних лет, живы ли еще его родители, то в этом случае предпочтительнее употреблять «*Are your parents still living?*», а не «*Are they still alive?*»

Будучи в Америке, у человека может возникнуть необходимость узнать о национальности человека, с которым он общается. В этом случае будет некорректно спросить: «*What is your nationality?*» В данной стране обычно спрашивают: «*Where are your parents from?*» или второй возможный вариант: «*What is your ethnic background?*» Дело в том, что у американцев не существует такого понятия, как национальность. Поэтому и вопрос о национальности задавать американцу не стоит. Он просто не поймет, чего от него хотят и ответит с недоуменным видом: «*I'm an American*».

Существуют определенные и щекотливые моменты. Вопрос «*Is he of Jewish nationality?*» вообще не следует задавать, т.к. он может быть воспринят как оскорбление по отношению к человеку, о котором идет речь. Здесь следует знать, что в Америке то, что в нашем понимании «еврей», никак не относится к национальности, это религиозная принадлежность человека. И подобным моментам речевой культуры следует обучать на занятиях в вузе, чтобы потом не оказаться в неприятной ситуации [8, с. 76].

Если студентам предлагается словосочетание «*yellow pages*», то их перевод будет «желтая пресса», что достаточно часто употребляется в русском языке. Но это неправильный перевод с точки зрения смысла, т.к. *yellow pages* в английском языке – это «рекламные справочники, составленные по перечню видов оказываемых бытовых услуг». Этого, к сожалению, студенты часто и не знают.

Сегодня многие английские слова вошли в русский язык и их часто употребляют, не задумываясь. Среди них: имидж, лузер, пиар, кулер и т.д. А вот, например, *babushka* – абсолютно не соответствует родственному отношению к «бабушке». Для английской лингвокультуры это будет означать название головного убора, т.е. платка, кончики которого следует завязывать под подбородком.

Такие, вроде бы, мелочи необходимо объяснять студентам на занятиях по ИЯ, формируя их речевую культуру [9, с. 275].

Традиционно принятое в коммуникативной лингвистике представление о коммуникации трактуется как «обмен мыслями, сообщениями, информацией с помощью различного рода вербальных и невербальных сигналов» [7, с. 350]. В представлении О.И. Мышьян, модель коммуникации представляет собой абстрактную схему, которая репрезентует то или иное представление о коммуникации [10, с. 523]. На наш взгляд, это вполне соответствует вышеупомянутым представлениям и, в данном случае, позволяет достаточно детально классифицировать модели коммуникативного поведения, в частности.

В наиболее общем виде модель определяется как «исследовательский конструкт, построение которого предполагает использование процедур абстрагирования и идеализации» [7, с. 351]. В свою очередь, Н.Н. Нечаев считает, что «понятие модели многозначно, но в основе своей сводится к условному образу (изображению, схеме, описанию) некоторого объекта или системы объектов. При этом материальный субстракт и «конструкция этого «образа» могут быть самыми различными, лишь бы модель воспроизводила (отображала, изображала, или, как чаще говорят, моделировала) какие-либо черты оригинала» [11, с. 9].

Делая вывод из вышесказанного, можно сказать, что во всех этих определениях говорится о «вторичности» модели по отношению к изучаемому предмету, т.е. оригиналу. Именно поэтому в психологических и педагогических работах, использующих результаты философских и методологических исследований моделирования, как правило, используют определение, которое было сформулировано в свое время А.И. Уемовым. Он утверждает, что «модель – это система, исследование которой служит средством для получения информации о другой системе» [12, с. 23]. Рассуждения приведенных выше авторов убедительны потому, что они касаются познавательной деятельности, цель которой – построение образа конкретного объекта действительности.

Обосновывая принцип системности как один из ведущих в описании коммуникативного поведения, И.А. Стернин указывает на необходимость целостного, комплексного описания коммуникативного поведения определенной лингвокультурной общности. Поэтому автор делает вывод, что необходима разработка модели описания в совокупности «факторов и параметров, отражающих коммуникативное поведение любого народа» [3, с. 14]. Такая модель, по его мнению, «должна включать вербальное, невербальное коммуникативное поведение и социальный символизм», где под социальным символизмом понимается «совокупность смыслов (символических значений), приписываемых действиям, поступкам, явлениям и предметам окружающей действительности тем или иным социумам» [7, с. 10].

И.А. Стернин предлагает три основные модели коммуникативного поведения: 1) ситуативная; 2) аспектная; 3) параметрическая.

В ситуативной модели коммуникативное поведение описывается в рамках стандартных коммуникативных ситуаций (приветствие, вступление в контакт, извинение, благодарность и т.д.) и сфер (общение в коллективе, общение в гостях и т.д.) на эмпирическом материале, с учетом расхождений норм общения в родной и изучаемой лингвокультурах. Такое описание включает вербальное, невербальное поведение и социальный символизм, взаимодополняющие друг друга в процессе общения. Автор отмечает удобство данной модели для использования в дидактических целях.

В данной интерпретации, по нашему мнению, речь идет о речевом коммуникативном поведении. И это подтверждается мнением Н.Д. Гальсковой, которая говорит о «необходимости знакомства студентов с «национально-культурной спецификой иноязычного речевого поведения» [5, с. 123]. По нашему мнению, необходимо обязательно обучать речевому коммуникативному поведению на занятиях по ИЯ в вузе.

Повышенное внимание к речевому коммуникативному поведению обусловлено антропоцентрической парадигмой современного языкознания, которая активизировала интерес к личностным и социальным сторонам речевой деятельности говорящего. Лингвистические исследования конца XX – начала XXI вв. убеждают, что реализация и интерпретация стратегий речевого общения не может осуществляться без учета многообразных личностных, этно- и социокультурных аспектов коммуникативного процесса (В.И. Карасик, В.В. Красных, Л.А. Скатова, Е.В. Харенко и др.).

С нашей точки зрения, под речевым поведением следует понимать влияние на личность и поведение человека с целью формирования и регулирования его поведения. Однако в ряде случаев речевое воздействие на собеседника не зависит от воли говорящего. Здесь речь идет о скрытой прагмалингвистике. Скрытая прагмалингвистика занимается изучением привычного выбора отправителем текста речевых сигналов скрытого воздействия. Такой выбор производится говорящим автоматически и машинально. При частом выборе набора определенных речевых сигналов актуализуются «нюансы смысла». Этот термин мы встречаем у Г.Г. Матвеевой. Она считает, что «нюансы смысла неосознанно воспринимаются получателем текста, накапливаются и оказывают регулирующее воздействие на его менталитет. Нюансы смысла свидетельствуют о речевом поведении говорящего» [13, с. 30]. Поэтому можно констатировать, что речевое поведение возможно рассматривать как скрытую неосознанную часть речевой деятельности, речевой опыт, который в результате многократного повторения ушел вглубь сознания.

Мы уверены, что, говоря о речевом коммуникативном поведении, следует учитывать следующие факторы общения:

1. Социальный ранг вступающих в коммуникацию людей:

а) при определении выбора своего высказывания, необходимо подумать о том, что когда появляется чувство голода, будет ли вполне естественным выглядеть приглашение друга перекусить, сказав: «*I was wondering if you would be interested in partaking a hamburger*» («*Не соблаговолишь ли ты откусить со мной гамбургер в полдень?*»). Конечно, такое обращение является абсолютно правильным с грамматической точки зрения и будет выражать определенного рода элемент вежливости, но в то же время будет иметь своего рода юмористический эффект, т.к. таким образом к друзьям не обращаются в повседневной практике. И, наоборот, можно ли пригласить своего руководителя на ланч, сказав: «*Heu, d'you fancy a bite to eat?*» («*Эй, приятель, давай-ка перекусим!*»). Это уже будет расцениваться как грубость по отношению к начальнику [14, с. 48];

б) к коллегам, прибывшим для установления деловых связей, будет нетактично обратиться: «*You guys want to go for lunch?*» Также не стоит использовать обращение «*You folks ...*». Наиболее приемлемым будет «*Would you like to go for lunch?*» Обращение «*You people*» в подобной ситуации тоже стоит забыть, т.к. в современном английском языке оно имеет резко отрицательное значение, особенно если это касается других этнических групп [2, с. 104];

в) необходимо также знать, что существуют определенные правила коммуникативного поведения в ресторанах, например, в Америке. Их незнание может привести как к поведенческим, так и к лингвистическим недоразумениям. К официантке нужно обращаться *Miss*, а к официанту *Sir*. Правда, следует заметить, что сейчас в основном у всего обслуживающего персонала имеются бэджи с именами, что дает право называть официанта по имени.

При обучении устной теме «В ресторане» обычно при организации диалогического общения нами используется предложение «*Bring me the menu, please*». Но, к сожалению, оно не является верным. Это будет просто дословный перевод с русского языка. В ресторане же в английской лингвкультуре официанту следует сказать: «*Could we please see the menu?*» И это будет звучать вполне по-английски и не вызовет удивления у официанта.

2. На уровне использования лексики одна и та же фраза может произвести различный эффект. Например, если рассматривать фразу «*You look cute today*». Когда она обращена к маленькой девочке, то фразу можно расценить как комплимент по отношению к малышке. А вот если она обращена к взрослой женщине, то это уже будет приглушенная форма оскорбления.

Назвать ребенка вполне допустимо *dear*, *honey* или *sweetie*. Но обратиться таким образом к даже очень молодой женщине, желая сделать ей комплимент, не рекомендуется, потому что такие слова могут быть расценены как оскорбление или, хуже того, сексуальное домогательство. И тогда избежать неприятности уже не удастся [6, с. 104].

Выражение «*How are your things?*» может быть истолковано неверно, т.к. означает интерес к вашей личной собственности или состоянию вашего финансового положения. Если же обратиться к женщине да еще и произнести это с вкрадливой интонацией, то вопрос будет воспринят как непристойность.

3. Степень официальности общения.

Если с утра идет дождь, то приходится отменить запланированную поездку за город. В этом случае будет звучать крайне неестественно, если мы скажем: «*I suggest that the trip be postponed lest we should be exposed to the inclement weather*» («Я предлагаю отложить поездку, дабы мы не подвергались воздействию неблагоприятных погодных условий») [14, с. 49].

4. Особенности культуры носителей языка, классифицирующие ту или иную речевую формулу как приемлемую или неприемлемую:

а) прощаясь по-английски, мы часто произносим «*Bye-bye*», что в принципе означает «*Good bye*». Причем не следует произносить эту фразу с падающей информацией. Об этом мы не задумываемся, т.к. в нашем языке интонация не имеет большого значения. Но следует помнить, что у носителей языка падающая интонация в данном случае будет означать угрозу или своего рода предостережение. А у нас она имеет вполне нейтральное значение;

б) получая заказанное блюдо в американском ресторане, можно услышать от улыбающегося официанта «*Enjoy*», который не имеет в виду приказание начать трапезу немедленно. Это лишь означает надежду на то, что блюдо понравится, оно вкусное. Слово произносится с большим подъемом голоса на последнем слоге. Можно предположить, что это слово является аналогом нашего «Приятного аппетита»;

в) здороваясь со своим другом или хорошо знакомым нам человеком, в ответ на пожелание доброго утра следует ответить просто «*Morning!*» А интонация здесь уже будет с повышающим тоном. Но когда мы обращаемся к уважаемому всеми или малознакомому человеку для нас, то в этом случае необходимо выговаривать уже всю фразу «*Good morning*». А вот интонация здесь будет падающей [14, с. 51];

г) в Америке считается плохим тоном говорить о том, сколько зарабатывает тот или иной человек. Поэтому вопрос «*Do you make a lot of money?*» приведет американца в замешательство. Ему будет непонятен интерес к его зарплате (хотя в нашем социуме подобный вопрос можно услышать в любое время и в любом месте). И скорее всего, ответа на подобный вопрос не последует, разговор будет переведен на другую тему. Но если все-таки возникает необходимость подобного вопроса, то его лучше сформулировать следующим образом: «*Do you do all right for yourself?*» [15, с. 98].

В аспектной модели коммуникативное поведение, в понимании И.А. Стернина, описывается в рамках определенных аспектов, основными из которых являются вербальный и невербальный, а также продуктивный, нормативный и рецептивный.

Вербальное общение – это метод общения при помощи слов, которые передают ту или иную информацию. Невербальное же общение – метод общения, когда информация передается при помощи жестов, мимики, поведения. Невербальное общение часто называют «языком жестов», или «языком тела». Все это имеет виды и особенности поведения у каждого народа свои и об этом необходимо знать. Например, что касается жестов. Оживленная жестикуляция более свойственна французам, итальянцам, грекам, испанцам. Северные народы более сдержанны. Жестикуляция помогает итальянцам понимать друг друга, т.к. они очень эмоциональны. Но оживленная жестикуляция настораживает немцев, а для британцев она имеет небольшое значение. Общепринятые значения жестов в одной культуре у другой нации могут не иметь никакого обозначения или иметь совершенно противоположное [16, с. 206]. И об этом стоит говорить студентам.

Когда русский человек хочет остановить машину для того, чтобы ехать в определенном направлении, он поднимает руку вверх и совершает определенные движения. Француз поднимает большой палец вверх, и это означает, что он хочет остановить машину, чтобы его подвезли. А вот в Греции, когда большой палец резко выбрасывается вверх в момент разговора, означает «замолчи».

Американцы при встрече могут похлопать друг друга по плечу, а здороваясь, пожать руки друг другу. Подать руку первым должен мужчина, но в настоящее время, особенно в деловых кругах, это делает женщина. Их рукопожатие должно быть крепким и энергичным. Это будет свидетельством того, что человек предельно самостоятелен, успешен, с сильным характером. А вот вялое рукопожатие может быть воспринято как слабохарактерность.

Что касается японцев, то они обычно воздерживаются от всякого рода прикосновений в общественных местах. Они более сдержаны в личных отношениях. Но вот на улице в Японии достаточно интенсивное пешеходное движение, поэтому они постоянно толкают друг друга и при этом не извиняются, т.к. это вполне нормально в их стране и не стоит на это обижаться.

В параметрической модели коммуникативное поведение описывается И.А. Стерниным в совокупности заданных исследователем коммуникативных факторов, параметров и признаков, выделенных в сопоставлении двух и более лингвокультур, т.к. коммуникативное поведение связано с логикой высказывания. Например, в американском ресторане необходимо знать, что для того чтобы чай или кофе подавался вместе с десертом, необходимо предупредить об этом официанта заранее. Иначе чай будет принесен сразу, а вот сладкое блюдо придется подождать: иногда по времени это может продлиться от пяти минут до получаса. Примечательно, что кофе обычно подается со сливками. Если вы любитель кофе с молоком или черного, то об этом тоже необходимо сказать заранее, чтобы не возникло желание поменять блюдо.

Заказывая *vegetables*, следует быть готовым к тому, что овощи принесут вареными, а никак не салат из овощей. Если же все-таки сказать «*a salad with vegetables*», то это выражение вызовет неодобрительный взгляд официанта. В такой ситуации, чтобы быть понятым, лучше всего спросить: «*What kinds of salads/vegetable salads/do you have?*» И тогда можно быть уверенным, что заказ будет выполнен.

Если возникло желание заказать сэндвич, то сразу следует поставить официанта в известность, какой хлеб будет предпочтителен для сэндвича – *white, rye, whole wheat, a roll or toast* (белый, ржаной, пшеничный, булочка или тост). Иначе он спросит: «*On what?*» И вопрос этот будет означать: «*С каким хлебом сэндвич предпочтителен?*» [15, с. 75].

Говорящий должен решить, следует ли ему вдаваться в подробности или достаточно ограничиться констатацией факта (с учетом временных рамок и заинтересованности слушающего), обязан ли он объяснять, почему он отдает данное распоряжение, согласуются ли аргументы в полемическом высказывании с избранным коммуникативным намерением и т.д.

Речевое поведение непосредственно связано с тактичностью выбора самого речевого поступка. Например, на приветствие «*How are you?*» ответ не требует подробного отчета о своем самочувствии или о том, как идут дела, т.к. данный вопрос не означает, что спрашивающему действительно интересно что-то. В этом случае стоит просто улыбнуться и ответить: «*I am all right*» или лучше сказать «*Fine and you?*» Часто употребляемое выражение «*I am good*» следует избегать, т.к. оно означает самовосхваление «*Я хороший человек*». Но если же все-таки захочется открыть душу чужому человеку, что характерно для русских людей, то моментально можно натолкнуться на «*Sorry, I am in a hurry!*» Нужно быть готовым к тому, что у американцев поверхностно любезные отношения, хотя на первый взгляд они очень приветливые, за этой приветливостью скрывается глухая стена [12, с. 275].

Хочется отметить, что иногда высказывание может быть точным, но не эффективным. Это происходит в том случае, если говорящему не удается пробудить желаемую эмоциональную реакцию у слушающего. И, напротив, высказывание может быть достаточно эффективным и при отсутствии точности. Например, успешным приемом может быть нарочитая неоднозначность высказывания. Когда реклама утверждает, что некое новое средство – «*блестящая защита для вашей обуви*», высказывание становится эффективным и вызывает определенную реакцию именно благодаря двусмысленности: «*блестящий*» одновременно означает «*наводящий глянец*» и «*высококачественный*».

Приглашая потенциального покупателя автомобиля попробовать, как удобны тормоза, реклама напоминает: «*Sometimes, even in the best friendships, you have to put your foot down*». Здесь актуализуется двойное значение: «*поставить ногу на тормоз*» и «*настоять на своем*». Другой эффективный прием, противоречащий требованиям точности, – это умолчание: «*If they find you cheating at the exam ...*». Отсутствие синтаксической завершенности усиливает эмоциональное впечатление страха перед возможными последствиями.

Таким образом, студентам могут предлагаться задания в сокращении высказывания за счет приема умолчания, в уточнении смысла неоднозначных высказываний, в различии между преднамеренной неоднозначностью (игра слов) и непреднамеренной.

Заключение. Подводя итог вышесказанному, хочется отметить, что при обучении речевому поведению и формировании навыков употребления языкового материала преподаватель должен стремиться обучать не только лексико-грамматической правильности оформления высказывания, но и соответствию требованиям культуры общения, а также адекватному коммуникативному поведению. В современных условиях подобной информацией он должен достаточно хорошо владеть сам. Иначе выпускник отечественного вуза, попавший в другую лингвокультуру, будет себя чувствовать неловко, понимая, что он не владеет речевым поведением для адекватного общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Прохоров, Ю.Е. Русские: коммуникативное поведение / Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 328 с.

2. Экономакис, Эвел. Какие мы разные! / Эвел Экономакис. – СПб. : Каро, 2001. – 125 с.
3. Стернин, И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования / И.А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2003. – 183 с.
4. Черничкина, Е.К. Лингвистические аспекты обучения коммуникативному поведению / Е.К. Черничкина // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2007. – Вып. 7. – С. 174–182.
5. Гальскова, Н.Д. Теория обучения иностранному языку: Лингводидактика и методика : учеб. пособие / Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез. – М. : Академия, 2005. – 334 с.
6. Леонтович, О.А. Русские и американцы: парадоксы бескультурного общения / О.А. Леонтович. – Волгоград : Перемена, 2002. – 287 с.
7. Леонтович, О.А. Введение в межкультурную коммуникацию : учеб. пособие / О.А. Леонтович. – М. : Гнозис, 2007. – 432 с.
8. Бовт, Г.А. Не спрашивай – и не скажу: политкорректность эффективна, даже с недостатками / Г.А. Бовт. – Воронеж : Истоки, 2001. – 95 с.
9. Кобышева, А.В. Речевое поведение в различных типах коммуникации / А.В. Кобышева // Язык – когниция – коммуникация : тез. докл. Междунар. науч. конф., Минск, 3–6 нояб. 2010 г. / Мин. гос. лингв. ун-т. ; ред. колл.: З.А. Харитончик (отв.ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2010. – С. 274–275.
10. Межличностная коммуникация: теория и жизнь / под общ. ред. О.И. Мышьян. – СПб. : Речь, 2011. – 568 с.
11. Нечаев, Н.Н. Моделирование и творчество / Н.Н. Нечаев. – М. : Знание, 1987. – 90 с.
12. Уемов, А.И. Логические основы метода моделирования / А.И. Уемов. – М., 1991. – 198 с.
13. Матвеева, Г.Г. Нюансы смысла в скрытой прагмалингвистике / Г.Г. Матвеева // Филол. Вестник РГУ. – 1998. – № 2. – С. 28–32.
14. Кобышева, А.В. Обучение взаимосвязи языка и культуры на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе / А.В. Кобышева // Инновационные образовательные технологии. – 2013. – № 3 (35). – С. 47–52.
15. Фол, С. Эти странные американцы / С. Фол. – М. : Эгмонт России, 1999. – 125 с.
16. Крейдман, Г. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык / Г. Крейдман. – М. : Новое литературное обозрение, 2002. – 358 с.

Поступила 11.03.2019

TEACHING SPEECH CULTURE TO UNIVERSITY STUDENTS ON THE BASIS OF COMMUNICATIVE BEHAVIOR MODEL

A. KONYSHEVA

This article examines the characteristics of speech culture training to university students because most of the graduates of native higher educational institutions are not well aware of the realities of the lives of English speakers and even fewer of them have information about culture, inferences and thinking style. Gaps in knowledge of another country and its culture always appear in the language. So it is necessary to teach a foreign language simultaneously with the culture of the language.

In the article it is offered to teach to the conversational English speech in certain areas, it is discussed some linguistic problems and the language of gestures which, in the case of ignorance, can be the stumbling block in dealing with foreigners. Knowledge of all these peculiarities leads to the better understanding between people of different nationalities and cultures.

Keywords: *speech behavior, effective communication, foreign language surrounding, socio-cultural peculiarities, national-cultural specificity.*