

Стужук І.В.

студент,

Науковий керівник: Кіщенко Н.Д.

кандидат філологічних наук, доцент,

Національний педагогічний університет

імені М.П. Драгоманова

КОМУНІКАТИВНА ПОВЕДІНКА АМЕРИКАНЦІВ У АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Під комунікативною поведінкою ми розуміємо сукупність норм і традицій спілкування народу. Вперше поняття «комунікативна поведінка» в цьому сенсі було опубліковане Й.А. Стерніним в роботі «Про поняття комунікативної поведінки» [4]. Комунікативна поведінка поєднує в собі вербальну та невербальну складові.

Варто зазначити, що комунікативна взаємодія людей на три чверті складається із мовленнєвого (вербального) спілкування.

Комунікативна поведінка етносу визначається його комунікативною свідомістю. Національна комунікативна поведінка – сукупність норм і етнічних традицій спілкування певної лінгвокультурної спільноти.

Вивчення комунікативної природи мовлення та поведінки американців у англомовному дискурсі направлене на те, щоб виявити яким чином їх вербальні засоби спілкування використовуються для досягнення успішного та взаємного обміну інформацією. На думку Ф.А. Моїсеєвої, спілкування, як один з найважливіших видів людської діяльності, в цьому випадку досліджується з використанням теорії ввічливості, розробленої такими вченими як Дж. Ліч, П. Браун та С. Левінсон та принципу кооперації, що дозволяють дослідити комунікативну поведінку людини [3, с. 2].

Великий відсоток американців вважає, що ідеальне спілкування – це взаємна передача думок, а не односторонній монолог, не самоилування і не навмисний показ своєї дотепності. Для повсякденної та плідної комунікації не варто бути ерудованим. Звичка спочатку думати, а потім говорити уберігає американців від багатьох незручних ситуацій у розмові. Потрібні лише щирість, взаємна зацікавленість і вміння просто і ясно викладати свої думки і почуття. О.А. Семенюк наголошує на тому, що часто один із співрозмовників починає розмову на свою улюблену тему, наприклад, про професійні проблеми, не припускаючи, чи вона зацікавить іншого [1, с. 83]. Отже, в реальних комунікативних ситуаціях справа йде інакше.

Найтиповіший американській комунікативній поведінці притаманний ряд яскраво виражених особливостей:

– Низький рівень контексту. Американці не звикли до багатослів'я й багатозначності. Все має бути сформульовано коротко й однозначно.

– Неформальність. Американці уникають формальні коди поведінки, титули та ритуальні манери. Вони надають перевагу прямому звертанню до співбесідника по імені.

– Рівність. На роботі немає ні чоловіків, ні жінок, а є лише колеги. Як наслідок, американці намагаються не робити статевих відмінностей у стилі вербального спілкування. Так «*policemen*» став «*police officer*».

– Особиста незалежність. Вона відображається в недопустимості прямого впливу на адресата в мові. З огляду на це, переважають непрямі питальні висловлювання: «*Could you tell me where the bus stop is?* (Чи могли б ви сказати мені, де автобусна зупинка?)».

– Індивідуалізм й колективізм. Слово «я» американці пишуть з великої літери. В українській мові кажуть «ми з другом», в англійській – «*my friend and I* (мій друг і я)».

– Американці уникають формальних кодів поведінки, титулів, ритуальних манер. Їм притаманна неформальність. Вони надають перевагу прямому звертанню до співбесідника по імені.

– Посмішка – сигнал ввічливості. Типовою рисою вважаються відкритість і дружелюбність. Але останнє не варто плутати з дружбаю. Хоча американці й схильні до панібратства, та це не означає, що вони завтра згадають, як вас звати. Сталою формою взаємовідносин цієї нації є поверхневе знайомство.

– Формальна ввічливість. На просте запитання: «*Tea or coffee?* (Чаю чи кави?)» не можна відповісти просто «*Tea* (Чаю)», потрібно обов'язково завжди додавати «*please*» – «*Tea, please* (Чаю, будь ласка)». Це буде абсолютно по-американськи: коротко, ясно і ввічливо.

– Суперництво. Американці, особливо якщо вони навчаються по одній і тій же спеціальності, сприймають один одного як майбутнього конкурента за вакансію. Вони вірять, що суперництво – це хороший стимул до ефективної роботи.

– Активність і мобільність. Відпочинок американців не може бути пасивним і непродуктивним. Практично всі вони протягом життя не одноразово змінювали місце постійного проживання (будинки, штати).

– Словесне вираження патріотизму. Американці називають батьківщину «*she*» (вона), тобто уособлюють її: «*Where America was and where she is now.* (Де Америка була і де вона зараз)». В їхніх текстах можна зустріти «*mother country* (батьківщина-мати)» [2, с. 208].

Отже, вивчення комунікативної природи мовлення та мовленнєвої (вербальної) поведінки американців дозволяє нам визначити характерні та доволі значимі відмінності їхньої комунікативної поведінки у різних типах дискурсу та направити результати дослідження для досягнення успішного внутрікультурного та міжкультурного обмінів інформацією.

Список використаних джерел:

1. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / А.Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
2. Васильева И.И. О значении идеи М.М. Бахтина о диалоге и диалогических отношениях для психологии общения / И.И. Васильева // Психологические исследования общения. – М. : Наука, 1985. – С. 81–94.
3. Моїсеєва Ф.А. Комунікативна поведінка в аспекті стосунків між особами / Ф.А. Моїсеєва. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/5_NMIV_2009/Philosophia/40558.doc.htm
4. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації. Навчальний посібник. – К. : ІнЮре, 2009. – 276 с.