

# ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

## К ПРОБЛЕМЕ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В АСПЕКТЕ ГЛОБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

**А.Ю. Архипенкова**

Кафедра иностранных языков филологического факультета  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198*

В статье рассматривается проблема исследования функционирования английского языка в не-исконной среде, приводятся результаты проведенного эмпирического исследования, определяются основные тенденции использования английского как интерязыка.

**Ключевые слова:** интерязык, интерференция, стили коммуникации, просьба, непрошенный совет, коммуникативные стратегии.

В настоящее время факт влияния глобализации на все жизненно важные аспекты человеческой деятельности является неоспоримым, вследствие чего с каждым годом возрастает актуальность исследований лингвистических и лингвокультурологических проблем в системе языковой вариантности. Подобные исследования выходят за рамки анализа собственно языковых факторов и носят междисциплинарный характер, т.к. их результаты представляются крайне важными для таких областей научно-практического знания, как, например, международный маркетинг и рекламное дело [6. С. 366].

Представляется, что одним из самых серьезных вопросов обозначенной проблематики является изучение английского языка в аспекте глобального общения. Масштаб распространения английского языка в мире является действительно беспрецедентным, вследствие чего не вызывает удивления появление его транснациональных вариантов, обладающих своей спецификой как лингвистическом, так и в лингвокультурологическом аспектах.

Изучение правильного варианта английского языка, так называемого *Correct English*, во взаимосвязи с исследованием национально-культурной специфики языкового сознания англичан, безусловно, не теряет своей актуальности. Однако повсеместное использование английского языка мировым сообществом привело к тому, что некоторые речевые формулы игнорируются представителями других, не англо-саксонских, культур, а многие коммуникативные правила в условиях

межкультурного общения и вовсе «не работают». Иными словами, необходимо общее ядро, универсальный международный код для обеспечения успеха коммуникации на транснациональном уровне.

В рамках данной работы планируется определить основные тенденции функционирования английского как интерязыка в условиях его использования представителями различных этнолингвокультурных сообществ. Приведем полученные результаты проведенного нами эмпирического исследования.

Материалом для эксперимента послужили речевые образцы в виде высказываний, реплик, диалогов, услышанных непосредственно в речи в разных ситуациях общения, а также полученных в результате проведенного анкетирования и устного опроса информантов. Всего было опрошено 52 респондента из России, Швеции, Германии и Китая (по 13 человек из каждой страны). Сбор материала был проведен в транснациональных компаниях, находящихся на территории России, а также в Российском университете дружбы народов.

В процессе эксперимента соблюдались следующие условия:

- 1) для всех респондентов английский язык является неродным;
- 2) возраст участников 20—50 лет;
- 3) образование — высшее и незаконченное высшее, полученное не на территории англоговорящих стран.

В ходе работы были использованы такие методы исследования, как: контекстуальный анализ, экспериментальный, сопоставительный и статистический методы, анкетирование и опрос информантов и верификация результатов, а также метод непосредственного наблюдения.

Участникам эксперимента предлагалось дополнить диалоги репликами, являющимися, на их взгляд, наиболее уместными и естественными, в следующих коммуникативных ситуациях:

- 1) просьба коллеги подождать со сдачей отчета, поскольку ей/ему нужно внести свои данные;
- 2) непрошенный совет коллеги относительно выбора подарка.

Как видно, обе ситуации максимально приближены к одной и той же социальной (горизонтальной) дистанции, выражающей степень близости, интимности между собеседниками (равный — равному). Мы также стремились описать относительно одинаковую, официальную обстановку общения (на работе, в университете).

При анализе полученного материала мы увидели, что ответы информантов можно, весьма условно, разделить на две группы, в одной из которых находятся шведские и немецкие коммуниканты, а в другой — русские и китайские, поскольку часть шведских и немецких информантов (около 30% по двум ситуациям) отказались что-либо говорить в предложенных речевых ситуациях.

С другой стороны, все 100% русских и китайских коммуникантов высказывали и просьбу, и совет в своих анкетах. Данный факт обусловлен принадлежностью собеседников к различным типам культур (индивидуалистической и коллективистской) и был неоднократно подтвержден многочисленными сопоставительными исследованиями [5]. Данные речевые акты предполагают высокую степень импо-

зиции (термин Т.В. Лариной — см. [4. С. 258]), характерной для коммуникативного поведения коллективистских культур, к которой принадлежат русские и китайские информанты.

Если рассматривать весь полученный материал с точки зрения компаративного анализа английского коммуникативного поведения, то различия в выборе языковых средств становятся еще более очевидными. В ситуации 1, которая предполагает выражение просьбы, являющейся согласно теории П. Браун и С. Левинсона «угрожающим лицу речевым актом» [10], нашими информантами использовались побудительные (43%) и вопросительные (57%) высказывания.

Несмотря на то что, по мнению многих исследователей, развернутые высказывания в английском языке являются наиболее вежливой формой выражения просьбы и они характерны для разговорного английского языка [4], ни один информант не использовал эти речевые формулы.

Данный факт обусловлен, на наш взгляд, использованием английского языка как вспомогательного средства общения, а также ассимиляцией и адаптацией английского к условиям родного языка и культуры. Очевидно, что английский язык, став средством коммуникации в неисконной среде, объективно приспосабливается к новой культурно-языковой ситуации и выполняет ограниченный набор коммуникативных функций.

Как показал полученный материал, шведские и немецкие коммуниканты отдавали предпочтение *косвенным способам* выражения просьбы, предоставляя возможность слушающему не совершать действие, к которому его побуждают: *Could you wait until I finish? / Can you wait? / Will you wait for me?*

Эти данные свидетельствуют о стремлении представителей индивидуалистической (шведской, немецкой) культуры снизить коммуникативное воздействие на адресата, поскольку незыблемость личной автономии является в этих лингвокультурах важнейшей культурной ценностью.

С другой стороны, нельзя не признать некую провокационность этой речевой ситуации, поскольку она предполагает взаимовыручку, сопричастность, а не конкуренцию, т.е. изначально ориентирована на культуры скорее коллективистского, а не индивидуалистического типа.

При личном общении немецкие коммуниканты иногда высказывали недоумение относительно того, как можно не сдать отчет в срок, да еще просить коллегу «задержаться» со сдачей документа, ведь таким образом под угрозой находятся не только личные интересы. С другой стороны, шведские коммуниканты скорее были готовы попросить коллегу, чем дать непрошенный совет.

Таким образом, несмотря на то что шведские, немецкие и английские коммуниканты принадлежат к одному (индивидуалистическому) типу культуры, каждая из них имеет свои отличительные черты. Так, Л.В. Куликова в своем исследовании, посвященном немецкому коммуникативному стилю, выделяет *прямоту* и *эксплицитность* в качестве стилевых доминант [3. С. 21—22]. Для шведского коммуникативного стиля присущи *косвенность* и *имплицитность* [9. С. 8], а также стремление ничем не выделяться, по определению С.Э. Пивоварова и И.А. Мак-

симцева, «быть как все» [7. С. 359]. Индивидуализм шведского национального характера имеет разные проявления по сравнению с английским коммуникативным поведением. Неслучайно деловую культуру шведов считают коллективистской, и, несмотря на высокий индекс (71) индивидуализма, согласно Г. Хофштеде [11], с детских лет шведов приучают не отстаивать свои права и соперничать с себе подобными, а «не выделяться», подавляя в себе конкурентные проявления во всех поступках [7. С. 359]. Вместе с тем нельзя не согласиться с тем, что стратегии вежливости в современном социуме характеризуются «большей индивидуальностью, ситуативностью и возрастной спецификой» [8. С. 92].

Анализ материала, полученного от китайских и русских респондентов, показал предпочтение обеих лингвокультур к прямому коммуникативному воздействию на собеседника. Несмотря на то что в ответах информантов также встречались вопросительные высказывания, большинство ответов составляют императивы с использованием слова *please*: *Please, wait for my info, ok? / Wait for me, please*.

По нашим данным, китайские и русские коммуниканты отдавали предпочтение *прямому способу* выражения просьбы, часто смягченный модификатором *please/пожалуйста*. Причины предпочтения данных речевых формул кроются в отсутствии зоны личной автономии в этих лингвокультурах, более короткой социальной дистанцией между собеседниками по сравнению с представителями шведской и немецкой лингвокультур.

Нельзя не отметить разную природу возникновения и характер проявления этих культур. Русский коллективизм традиционно основывался на таких ценностях, как вера, справедливость и соборность, а китайский — на почитании традиций и представлениях об иерархической структуре общества и этике «лица» [2. С. 76]. Принимая во внимание развитые «семейные» ценности, ориентацию на *guanxi* (гуаньси — «хорошие отношения»), подразумевающие определяющую роль личных контактов в управленческой и деловой практике [7. С. 460], становится понятным, почему заданная речевая ситуация не вызывала удивления и почти на 100% была высказана в виде императивных конструкций.

Подобный контраст среди полученных ответов респондентов мы наблюдаем в ситуации 2, где предполагалось выражение непрошеного совета («Вы с коллегой зашли в магазин для того, чтобы купить подарки вашему общему знакомому по случаю его дня рождения. Ваш коллега никак не может решить, что купить, он явно переживает по этому поводу и волнуется»).

В шведском и немецком материале, как упоминалось выше, имелись отказы от совета в смоделированной ситуации, предполагающей отсутствие просьбы о совете заинтересованного лица. Принцип невмешательства в личные дела другого человека ограничивал, на наш взгляд, и шведов, и немцев. Многие респонденты из числа отказавшихся что-либо советовать в данной ситуации просто ставили прочерк в том месте анкеты, где предполагалась их реплика. Другие информанты писали, что они бы ничего не сказали в данном случае, никак не объясняя причины: *I would say nothing / I 'd better say nothing / I would keep silence*. Такое коммуникативное поведение обусловлено наличием зоны личной автономии в шведской

и немецкой лингвокультурах, которая, возможно, не так ярко выражена, как у англичан, но, несомненно, присутствует.

С другой стороны отметим, что среди высказываний, содержащих совет в данной ситуации, у шведских и немецких коммуникантов преобладали императивные конструкции (80%). Сопоставляя полученный материал с другими нашими исследованиями [1], следует отметить, что ядерные реплики немцев и шведов по сравнению с английскими информантами не совпадают. Семантическим ядром высказывания в *английской коммуникации* является вопрос о намерении собеседника совершить какое-либо действие, который, по нашим данным, имел следующие разновидности:

— вопрос о желании адресата совершить действие (*Would you like to go to another shop?*);

— вопрос о желании получить помощь со стороны говорящего (*Would you like me to help you?*);

— вопрос о наличии у адресата сходного мнения с предлагаемым действием (*Do you think it might be an idea to give them a gift voucher? / Why don't we have a break then come back? What do you think?*).

Наибольшую частотность в английском материале составили специальные вопросы, задаваемые информантами с целью уточнить предпочтения человека, которому собираются вручить подарок: *What sort of things does he like? / What is he interested in? / What hobbies does he have? / What would he prefer?*

При анализе полученных данных у нас сложилось впечатление, что в данной ситуации англичане стремились «подтолкнуть» собеседника к решению имеющейся проблемы, задавая так называемые «наводящие» вопросы и избегая прямого указания на то, как следует поступить. Количество вопросительных конструкций составляет 34% от общего числа опрошенных, что практически в *три раза* больше, чем в немецком и шведском материале.

Анализируя полученные данные от русских и китайских информантов, следует отметить, что в русском материале преобладают реплики, содержащее побуждение со значением совместного действия (*Let's buy this thing / Let's go to another shop / Let's buy a gift voucher*). В китайском материале ядерной репликой стали высказывания с модальными глаголами, среди которых преобладал глагол *must*: *You must think what he would like to have most / You must buy this thing*. Китайцы также использовали модальный глагол *should*, однако значительно реже: *You should buy him a voucher / You should ask him what he wants*. Ни русские, ни китайские информанты не использовали вопросительные высказывания в данной речевой ситуации.

Суммируя полученные данные, мы заключаем, что наличие побуждения в русской коммуникации и высказываний, содержащих глагол *must* в китайской коммуникации как доминантной формы выражения непрошеного совета, является еще одним примером отражения коллективистского мировоззрения. Объединение говорящего со слушающим в русском материале, безусловно, является стратегией сближения, что нетипично для коммуникативного поведения англичан в данном речевом акте.

Таким образом, материал по изучению непрошеного совета показал, что все наши информанты следовали скорее правилам собственной лингвокультуры, не используя или почти не используя самые распространенные речевые формулы совета в английской коммуникации.

Несомненной причиной, объясняющей подобное речевое поведение информантов, является лингвистическая интерференция. Интерференционная картина в лингвистическом понимании предстает перед нами в виде нарушений определенных коммуникативных правил, принятых в английской коммуникации, иными словами, ошибка является продуктом интерференции, а интерференция — продуктом функционирования интерязыка.

С другой стороны, отметим, что достижение безупречного уровня компетенции, характерного для носителей языка, является практически невыполнимой задачей в условиях получения образования не на территории англоговорящих стран. Отметим также, что исходя из собственного преподавательского опыта, российские студенты, обучавшиеся в Англии и США, используют принятые в этих странах речевые формулы в различных речевых актах буквально автоматически, не задумываясь, что подчеркивает для межкультурной коммуникативной компетенции значимость такого фактора, как обучение в исконной среде.

Суммируя вышеизложенное, следует признать, что, несмотря на большое количество лингвокультурных исследований, посвященных изучению национальных стилей коммуникации, а также функционированию английского языка в условиях международного общения, на сегодняшний день еще очень мало изучены все лингвистические аспекты глобализации как проявление языковой вариантности. Более того, проблема преподавания так называемого *Global English*, под которым часто подразумевается базовая часть английской языковой системы, иногда — искусственно рафинированной, не имеющей никаких региональных особенностей, считается практически невыполнимой. Представляется, что одним из перспективных способов эффективного решения данной проблемы является последовательное изучение различных стилей коммуникации с тем, чтобы стало возможным составление определенных коммуникативных правил общения с представителями различных этнолингвокультурных общностей. Мы также считаем, что создание определенного унифицированного алгоритма преподавания английского языка помогло бы избежать многих коммуникативных неудач и провалов.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Архипенкова А.Ю.* Выражение совета в английской и русской коммуникативных культурах: Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2006.
- [2] *Владимирова Т.Е.* Ценностные основания китайского речевого поведения // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. — М.: Изд-во Центра международного образования МГУ им. М.В. Ломоносова, 2009. — Т. 1. — С. 70—76.
- [3] *Куликова Л.В.* Коммуникативный стиль как проблема теории межкультурного общения: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Волгоград, 2006.
- [4] *Ларина Т.В.* Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: Монография. — М.: Изд-во РУДН, 2003.

- [5] *Ларина Т.В.* Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. — М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009 (Язык. Семиотика. Культура).
- [6] *Найденова Н.С.* Межкультурные особенности рекламных слоганов // Функциональная семантика, семиотика знаковых систем и методы их изучения. II Новиковские чтения: Материалы Международной научной конференции (Москва, 16—17 апреля 2009 г.). — М.: Изд-во РУДН, 2009. — С. 366—368.
- [7] *Пивоваров С.Э., Максимцев И.А.* Сравнительный менеджмент. — СПб.: Питер, 2008.
- [8] *Тихтарова С.С.* Стратегии вежливости в немецкой лингвокультуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2007. — № 2. — С. 89—93.
- [9] *Ушакова Н.Л.* Формирование межкультурной компетенции студентов языкового вуза на основе аутентичных текстов (шведский язык как второй иностранный): Автореф. дис. ... канд. пед. наук. — СПб., 2010.
- [10] *Brown P., Levinson S.D.* Universals in language: politeness phenomena // Ester Goody (ed.). Questions and Politeness: strategies in social interaction. — New York: Cambridge University Press, 1978.
- [11] *Hofstede G.H.* Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. — Beverly Hills CA: Sage Publications, 1984.

## TO THE PROBLEM OF LEARNING GLOBAL ENGLISH

**A.Y. Arkhipenkova**

Department of Foreign Languages  
Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The article examines differences in communicative strategies and linguistic means used by German, Swedish, Russian and Chinese speakers in various situations in conditions of using English as an interlanguage.

**Key words:** interlanguage, interference, styles of communication, request, unsolicited advice, communicative strategies.