
КОММУНИКАТИВНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ КУЛЬТУРНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ОФИЦИАЛЬНОЕ ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Ю.А. Ермошин, Н.В. Алонцева

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10, Москва, Россия, 117198

В статье анализируются национальные особенности реализации универсальных коммуникативных действий «контакт», «убеждение» и «информирование», проявляющиеся в официальном публичном выступлении на английском языке у представителей различных культурно-лингвистических сообществ.

Ключевые слова: официальное публичное выступление, мотив, коммуникативные стереотипы, потребности, интересы, ценности, приоритеты, интеракция, контакт, убеждение, информирование

Все участники международных конференций, осуществляющие официальное англоязычное публичное выступление, стремятся (независимо от их культурного своеобразия) оказать максимальное воздействие на сознание партнеров с тем, чтобы произвести изменения в системе их потребностей, интересов, ценностей и приоритетов. При этом все многообразие коммуникативных действий, реализуемых представителями различных культурно-лингвистических сообществ для достижения указанной стратегической цели своего англоязычного выступления, сводится к установлению, закреплению, поддержанию и прекращению контакта, убеждению и информированию.

Вместе с тем «национальные» представления о наиболее эффективных способах реализации перечисленных универсальных коммуникативных действий, определяющие специфику их содержательного наполнения, зависят от существующих в различных культурах понятийно-ценностных доминант в отношении контакта, убеждения и информирования как универсальных категорий дискурса.

Как следствие, находясь в инвариантной коммуникативной ситуации и реализуя для достижения одной и той же цели одни и те же коммуникативные действия, партнеры наполняют эти действия разным содержанием. Остановимся на этом более подробно.

Установление и прекращение контакта. Действия установления и прекращения контакта при приветствии, обращении или прощании не имеют целью обмен содержательной информацией и проявляют себя в способах называния коммуникантов, взаимного распознавания для последующего общения [3. С. 134] и формального выражения уважения аудитории в соответствии с существующими правилами международных конференций. Ритуальное использование участниками конференций социально дифференцирующих форм обращений при установлении контакта подчеркивает официальную дистанцию и формально обозначает их статусные роли.

В английском языке существует весьма разветвленная система социально дифференцирующих форм обращений (*Miss, Mrs, Madam, Ms; Mr, Sir; Doctor* и т.д.), что свидетельствует о значимости отображения социальных отношений для представителей американской и британской культур и о чувствительности американского и британского контакта к социальному статусу партнера.

Во всех культурах речь при реализации коммуникативного действия «контакт» считается тем более вежливой, чем более она пространна. Однако этот универсальный признак опосредуется различными представлениями участников международных конференций о допустимых пределах этой «пространности», что при реализации текстов официальных публичных выступлений проявляется в предпочтении (при инвариантной ситуации приветствия или прощания) более пространных или менее пространных формул контакта.

Наиболее пространные формулы контакта стереотипно реализуют представители мусульманских и дальневосточных культур (в которых формальной стороне общения и взаимному обозначению социальной позиции придается такое же значение, как и содержательной стороне выступления). Поэтому, например, японским или арабским представителям американское или британское речевое поведение может представляться «необычным» из-за «краткости» (по мнению японских или арабских представителей) британских или американских контактных реплик при приветствии или прощании.

В то же время для представителей русской культуры даже американская или британская «краткость» может показаться избыточной ввиду того, что наши представители (не придающие в «естественных» для них условиях общения большого значения взаимному обозначению социальной позиции) стереотипно используют еще более короткие формулы контакта, чем американцы или британцы.

Перечисленных выше (и всех других) представителей объединяет то, что никто из них не считает собственное коммуникативное поведение при установлении и прекращении контакта необычным: оно осознается как наиболее предпочтительный в данных обстоятельствах способ поведения, но выбор именно этого предпочтительного способа реализуется автоматически, «без осознания истории его мотивировки» [2. С. 7].

Однако при обучении анализируемым коммуникативным действиям студенты должны сознательно овладевать способами установления и прекращения контакта, стереотипно предпочитаемыми партнерами, и сравнивать эти способы с собственными стереотипами. В результате студенты приобретают умения определять различия, выявлять их причину и учитывать эти различия в будущей профессиональной деятельности.

Поддержание и закрепление контакта. Поддержание и закрепление контакта имеет целью сообщение содержательной информации при убеждении и проявляется в анализируемом виде деятельности в основном в двух стереотипах, а именно: стремлении к уменьшению межличностной дистанции (что характерно, например, для американских партнеров, реализующих выступление в соответствии с постулатами «позитивной» рациональной вежливости: «осуществляя сближение с партнером»); сохранению межличностной дистанции (что характерно, в част-

ности, для российских представителей, осуществляющих выступление в соответствии с постулатами «негативной» рациональной вежливости, а именно: «сохраняй дистанцию по отношению к партнеру»).

Стереотипное стремление к уменьшению межличностной дистанции, проявляющееся в постоянной апелляции к аудитории и использовании для этой цели в речи разнообразных средств обращения; «излишней» (по мнению других участников) детализации информации; рекурсивных повторах и т.д., объясняется стереотипным представлением об официальном выступлении как о совместном взаимодействии оратора с конкретными слушателями как личностями.

Подобное коммуникативное поведение стереотипно вызывает недоверие у партнеров, в культурах которых в официальной публичной речи акцентируется именно ее официальность, а не публичность (а аудитория воспринимается «абстрактно»).

Таким образом, при обучении студентов реализации действия «контакт» следует нацеливать обучаемых на сознательное овладение как способами построения стратегий, так и (через эти способы) особенностями «национальных» представлений партнеров о категории «контакт». Это позволит будущему специалисту устанавливать, закреплять, поддерживать и прекращать контакт с учетом специфики выполнения указанных коммуникативных действий партнерами, что, в свою очередь, увеличит общую воздействующую силу речи в процессе реализации действия убеждения [1. С. 56].

Убеждение. Поскольку стремление произвести изменения в системе потребностей, интересов, ценностей и приоритетов партнеров при реализации убеждающего действия не может не ассоциироваться с давлением на личность убеждаемых, данное коммуникативное действие по определению связано с представлением о культурных моделях вежливости [3. С. 168], а также о соответствующих стратегиях и способах убеждения.

В различных культурах существует разное представление о способах убеждения, поэтому специфику национальных предпочтений в выборе и способах реализации участниками международных конференций стратегий убеждения следует рассматривать на основе универсальных параметров убеждающего действия, таких как типы доводов (аргументов, служащих доказательством) и методов, которым участники конференций отдают предпочтение.

Универсальный характер типов аргументов (прямой логико-причинный, прямой эмоциональный; косвенный логико-причинный, косвенный эмоциональный), а также существующих методов аргументации (аналогии и оппозиции, метафоричность, дедукция и индукция, степень экспликации содержания) отнюдь не означает их универсальной приемлемости в национальных культурах [2. С. 170]. Поскольку вопрос приемлемости (или предпочтительности) в использовании того или иного способа убеждения чрезвычайно объемный и зависит от массы факторов, в его решении не может быть единых оценочных стандартов и критериев. Можно определенно говорить лишь о предпочтительности тех или иных способов реализации убеждающего действия как о наблюдаемой тенденции в тех или иных культурах.

Многие исследователи, например М. Кунихиро, Л.Дж. Ловдэй, Дж. Альтен, Дж. Гибальди, Т. Хакин и др. полагают, что убеждение через эмоциональные аргументы более приемлемо для представителей мусульманских и дальневосточных культур, так как соответствует существующим в указанных культурах нормам и стандартам, а убеждение через логико-рациональные аргументы более типично для представителей западных культур.

Однако в реальных условиях международной конференции высокой степенью эмоциональности может отличаться речь представителя любого государства. Поэтому определенно можно сказать следующее: если в процессе реализации действия убеждения сам выступающий осознает свое речевое поведение необычным (или если его поведение осознается необычным партнерами, имеющими опыт общения с представителями данной культуры), оно является способом реализации определенных манипулятивных стратегий для достижения конкретных прагматических целей. Если же речевое поведение выступающего не осознается им как необычное (и не осознается таковым его партнерами, имеющими опыт общения с представителями данной культуры), оно является результатом влияния понятийно-ценностных доминант национальной культуры.

Одним из основных параметров, по которому можно судить о культурном своеобразии участников международных конференций в процессе реализации ими действия убеждения, мы считаем стереотипное стремление к прямоте или косвенности выражения намерения убеждающим. Анализ деятельности участников конференций при реализации убеждающих действий показывает, что стереотипом убеждения представителей западных культур является «косвенность, заложенная в фактуальных аргументах в форме иносказательности (метафоричности, идиоматичности); документальности (подтверждающих примерах из реальной жизни); аналитичности (сравнениях, аналогиях, оппозициях); некатегоричности (модальности, предоставляющей выбор позиции; использовании риторических вопросов и т.д.)» [3. С. 171].

Убеждающие действия представителей западных культур характеризует развернутость и концептуальная сложность, а также образность и идиоматичность. Стремясь заинтересовать партнеров и уменьшить межличностную дистанцию, представители этих культур нередко сознательно предваряют процесс аргументации разговорными формулами (поговорками, обращениями к собственному опыту и т.д.). Данный метод (по мнению западных представителей) не отвлекает от предмета убеждения, активизирует мышление и служит средством косвенного убеждения.

Эффективным приемом, используемым большинством участников международных конференций для подтверждения надежности аргументации, являются ссылки. Ссылки (на документы, свидетелей событий и т.д.) экономят интеллектуальные усилия, снимают ответственность за достоверность аргументов и создают эффект большей объективности информации.

В целом, «документализм» убеждения маскирует давление на личность партнеров, создавая у них впечатление, что их не убеждают, а лишь сообщают необходимую информацию. Следует отметить, что представителям западных культур больше присуще доказательство через реальные жизненные примеры, в то

время как мусульманские представители стереотипно предпочитают ссылаться на мнение всевышнего, пророка, лидера нации и т.д., например:

According to the words of our leader, the tragedy is a defining moment for the United States and for the world.; Finally the President of our country, expressing the unanimous feeling of our people, stated, 'Our independence, our principles and our social victories — we will defend them with honoиг' [1.С. 59].

Стереотипным способом убеждения, проявляющимся в косвенных фактуальных аргументах, является приверженность к аналогиям, сопоставлениям, оппозициям, что в целом создает впечатление весомости и объективности аргументации (Like many others delegations...; We're deeply concerned that...; Those who wish to destabilize the situation will have to choose between the two ways: to join these agreements or to collapse the Middle East and put it into chaos.).

Стремление к анализу при убеждении проявляется в использовании участниками международных конференций концептуальных опор (включенных вопросов и т.д.). Данные приемы активизируют внимание, упрощают понимание и сокращают межличностную дистанцию (You may ask...; We don't think...; We presume...; If the super powers can't, who can? и т.д.). Следует отметить, что частое использование данных методов убеждения (типичное для представителей западных культур) может создавать впечатление «излишней» детализированности и развернутости убеждающего действия (в частности, у представителей русской культуры, использующих данные методы в меньшем объеме). Объясняется это тем, что, к примеру, американское убеждение строится индуктивно, стереотипно начинаясь с вступления (часто образного или в форме риторического вопроса), структурируется концептуальными опорами, постепенно накапливает аргументы (часто возвращая внимание к одним и тем же аргументам) и заканчивается концовкой, содержащей вывод или наиболее важный аргумент [3. С. 174]. Однако подобная логика построения убеждения противоположна русскому, дедуктивно строящемуся убеждающему действию, которое стереотипно начинается с наиболее важного аргумента (а концептуальные опоры и включенные вопросы для нашего представителя представляют меньшую значимость).

Таким образом, убеждающий эффект достигается определенной совокупностью универсальных стратегий. Однако в одних культурах эти стратегии воспринимаются как имеющие убеждающий эффект, в других — как не имеющие такого эффекта. Уже упомянутый нами американский способ убеждения часто воспринимается представителями русской культуры как сообщение, а само поведение американских партнеров — как «избыточное», затянутое и неискреннее. В то же время наше речевое поведение при убеждении американские партнеры нередко оценивают как неэффективное из-за того, что оно (по их мнению) «слишком формализованное» («абстрактное»).

Следовательно, компетентный специалист в области конференционной дипломатии, стремящийся эффективно воздействовать на сознание партнеров, обязан учитывать в своей деятельности стереотипные способы построения партнерами убеждающего действия и уметь корректировать свое речевое поведение в соответствии с национальными особенностями адресата. А это требует от него

знания логики построения как дедуктивного, так и индуктивного способов убеждающего действия и умений сознательно перестраиваться с дедуктивного на индуктивный способ развертывания аргументации в зависимости от целей и культурно-коммуникативного своеобразия объекта убеждения.

Естественно, ни в одной культуре убеждение не строится на одном, идеальном стратегическом стереотипе, речь идет лишь о некотором уровне косвенности, динамичности, эмоциональной не/вовлеченности как предпочтениях [3. С. 181]. Однако при любом способе реализации убеждающего действия правила международной вежливости требуют от всех участников международной конференции избегать личностной вовлеченности, явной категоричности, эмоциональности или агрессивности: субъективное отношение к государству должно быть отделено от критикуемых потребностей и мотивов этого государства [1. С. 60].

Компетентный специалист всегда неукоснительно следует этому правилу, так как понимает: излишние эмоции мешают восприятию и пониманию речи [4. С. 33], а агрессивность генерирует лишь конфронтацию и в принципе не способна повлиять на взгляды партнеров. В то же время убеждение, реализуемое через умелый подбор аргументов и разумную эмоциональную орнаментацию речи, способно производить изменения в системе потребностей, интересов, ценностей и приоритетов партнеров.

Информирование. Поскольку общей стратегической целью всех участников конференции является воздействие на сознание партнеров с целью произвести изменения в системе их потребностей, интересов, ценностей и приоритетов, информирование выступает неотъемлемым компонентом убеждающего дискурса [3. С. 184].

При реализации действия убеждения все выступающие, независимо от культурного своеобразия, стремятся продемонстрировать партнерам значимость, достоверность и релевантность своей информации. Однако национальные представления участников международных конференций об указанных универсальных качествах информации (значимости, достоверности и релевантности) опосредованы существующими в их культурах понятийно-ценностными доминантами в отношении этих качеств, что проявляется в специфических способах: распределения информации по степени важности (новизны); «предпочтении» описания или повествования (речь идет именно о предпочтении, так как в актуальном речевом поведении эти два типа сочетаются в форме вкраплений одного в другое [3. С. 191]); способах объективации информации и т.д.

К примеру, в сознании представителей западных культур социальную значимость в информации имеет действие, факт или действующее лицо. Это определяет порядок распределения информации в функциональной перспективе выступления (фразы) по степени важности (новизны): информирование партнеров начинается с констатации сопутствующих событию причин, а само событие, лицо или источник информации определяется в конце функциональной перспективы выступления (в рему фразы), по принципу: второстепенное — важное (известное — новое).

В то же время для представителей русской или дальневосточных культур социальную значимость в информации имеют причины и сопутствующие действию

обстоятельства. Поэтому представители русской или дальневосточных культур более значимую (новую) информацию обычно определяют в начало функциональной перспективы выступления (в тему фразы), а менее значимую — в конец (в ремю фразы), следуя принципу: важное — второстепенное (новое — известное).

В действии информирования, реализуемом представителями западных культур, преобладают внутренние характеристики объекта и действия, совершаемые объектом. У представителей латиноамериканских, африканских, русской, дальневосточных культур, напротив, описание качеств и свойств объекта преобладает над описанием его действий.

Все участники международных конференций стремятся к тому, чтобы их информация расценивалась как объективная, так как объективность информации является критерием ее достоверности. Однако достигается эта объективность разными способами, считающимися в различных культурах наиболее эффективными, а потому наиболее предпочтительными.

Например, для представителей западных культур одним из наиболее предпочтительных способов объективации информации является ее детализация (преобладание действий и фактов над описанием; пространственно-временные референции; цитирование и ссылки на источник информации; включение лица в любую форму сообщений).

К стереотипным приемам объективации информации, предпочитаемым представителями западных культур, также относится логическое построение выступления с помощью текстовых опор: вводных слов; перечислений тем и пунктов выступления; хронологических ссылок и суммирующих заключений (которым, по мнению представителей других культур, уделяется «слишком большое» внимание).

Объективация информации у представителей западных культур неразрывно связана со стремлением уменьшить межличностную дистанцию. Поэтому их выступления характеризуются постоянной референцией к партнерам, подачей цитируемой информации преимущественно в прямой речи (прямая речь считается у представителей западных культур более достоверной и, одновременно, более доступной для восприятия) и т.д.

Особенности объективации информации, присущие представителям западных культур, в целом отражают стереотипное стремление указанных представителей к определенности и невосприимчивость двусмысленной информации. При этом не следует забывать, что «определенность» или «двусмысленность» (информации), являясь универсальными понятийными категориями, по-разному воспринимаются и оцениваются в различных культурах. Как следствие, степень детализации информации, приемлемая, например, для англичанина или американца, нередко может представляться неприемлемой представителю русской культуры, а то, что англичанину или американцу представляется двусмысленным, российским представителем может восприниматься и интерпретироваться вполне однозначно.

Все выступающие, стремясь продемонстрировать объективность своей информации, в той или иной степени прибегают к семантическому повтору в форме цитируемых высказываний.

Однако если западные представители используют этот способ как эффективный прием, дополняющий профессионализм самого убеждающего, представители некоторых латиноамериканских, африканских, дальневосточных государств (в частности, кубинские и северокорейские) нередко используют этот способ как замену собственному творчеству («перегружают» свои выступления цитатами из речей своих национальных лидеров) [1. С. 63].

Как следствие, тексты таких выступлений не оказывают должного воздействия на партнеров по конференции и, соответственно, не выполняют своей коммуникативной задачи. И причиной коммуникативной неудачи в данном случае является не непрофессионализм выступающих, а их крайне низкая личная инициативность, обусловленная внутривнутриполитическими или национально-культурными факторами) [1. С. 64].

Проведенный в данной статье анализ коммуникативных стереотипов участников международных конференций позволяет констатировать следующее.

1. Представление о наиболее эффективных способах реализации коммуникативных действий, определяющее специфику их содержательного наполнения, зависит от существующих в культурах партнеров по конференции понятийно-ценностных доминант в отношении универсальных категорий дискурса. Следовательно, свидетельством наличия межкультурной компетенции у специалиста в области конференционной дипломатии является способность данного специалиста сознательно изменять свое стереотипное коммуникативное поведение (как при реализации собственных коммуникативных действий, так и при восприятии соответствующих действий партнеров) и (при необходимости) приводить его в соответствие коммуникативным ожиданиям партнеров. Здесь мы считаем необходимым особо отметить тот факт, что эффективность выполнения коммуникативных действий определяется не только владением существующими в культурах партнеров понятийно-ценностными доминантами в отношении наиболее эффективных способов их реализации, но и соответствием языкового оформления этих действий ожиданиям поликультурного адресата. В данной статье мы ограничиваемся анализом особенностей коммуникативного поведения представителей различных культур, хотя в реальном процессе обучения специалистов в области конференционной дипломатии продуцированию англоязычных текстов официальных публичных выступлений речь, конечно же, должна идти не столько о языковых или коммуникативных стереотипах как таковых, сколько об их взаимосвязи и взаимообусловленности.

2. Коммуникативные стереотипы участников международных конференций представляют собой «национальные» способы целенаправленного манипулирования языком и через него — сознанием партнеров [3. С. 55] для пропаганды своих потребностей, интересов, ценностей и приоритетов. Это выводит данные стереотипы из области подсознательного следования «общепринятому» и позволяет определить их как регулируемые и сознательно конструируемые способы поведения.

Однако если для носителей указанных стереотипов они являются «интерактивными ритуалами» [8. С. 235] (т.е. реализуются автоматически, без осознания истории их мотивировки [2. С. 7]), представителю другой культуры приходится

сознательно овладевать системой речеповеденческих стереотипов партнеров и уметь связывать данную систему «с менталитетом, социальными отношениями и ценностями в обществе» [10. С. 104], которое партнеры представляют.

В результате это позволяет специалисту в области конференционной дипломатии заранее представлять образ коллектива, порождающего у него определенные коммуникативные ожидания; предвидеть истинные цели, преследуемые потенциальными партнерами; в соответствии с этим определять оптимальные стратегии коммуникативного взаимодействия и успешно реализовывать данные стратегии в дискурсе.

Таким образом, для осуществления эффективной профессионально-коммуникативной деятельности в условиях поликультурного контекста международной конференции специалисту в области конференционной дипломатии наряду с профессиональной, психологической и лингвистической компетенциями необходимо владеть совокупностью знаний, навыков и умений, составляющих содержание межкультурной компетенции, а именно:

- знанием базовых потребностей и интересов государств (профессиональных групп), которые представляют партнеры по конференции;

- умением выявлять динамику потребностей и интересов государств (профессиональных групп), которые представляют партнеры; определять оперативные потребности и интересы государств (профессиональных групп) на определенном этапе профессионального взаимодействия с их представителями;

- знанием базовых ценностей и приоритетов партнеров;

- умением выявлять динамику ценностей и приоритетов партнеров; определять ценности, приоритетные для партнеров на определенном этапе профессионального взаимодействия (в зависимости от изменения потребностей и интересов государств (профессиональных групп), которые партнеры представляют);

- знанием национальных стереотипов мышления, а также способов их вербализации и актуальной презентации в англоязычных выступлениях представителей различных лингвокультурных сообществ;

- умением осуществлять межличностные контакты с партнерами с учетом особенностей их стереотипного коммуникативного поведения; использовать культурно-коммуникативное своеобразие партнеров для реализации собственных профессионально-коммуникативных задач [1. С. 66].

Перечисленные знания, навыки и умения (являющиеся показателем межкультурной компетенции) в своей совокупности являются неотъемлемой составляющей компетентности специалиста, в профессиональные обязанности которого входит продуцирование англоязычных текстов ОПВ, а потому нуждаются в стимулировании, развитии и совершенствовании.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Ермошин Ю.А.* Обучение специалистов в области международных отношений профессиональному дискурсу (жанр официальных публичных выступлений): дисс. ... канд. пед. наук. М., 2010. 181 с.
- [2] *Прохоров Ю.В.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: Педагогика-Пресс, 1996. 237 с.

- [3] Токарева И.И. Этнолингвистика и этнография общения: монография / под ред. Ф.А. Литвинова. Изд. 2-е. Мн., МГЛУ, 2001. 244 с.
- [4] Althen G. *American Ways*. Yarmouth, Intercultural Press Inc., 1988. 178 p.
- [5] Gibaldi J., Achtert W. *MLA Handbook for Writers of Research Papers*. New York, Modern Language Association of America, 1984. 221 p.
- [6] Goffman E. *Interaction Ritual: Essays on Face Behavior*. New York, Doubleday, 1967. 270 p.
- [7] Huckin T.N., Olsen L. *English for Science and Technology*. New York, McGraw-Hill Book Company, 1983. 548 p.
- [8] Kunihiko M. *Indigenous Barriers to Communication // Japan Interpreter*. 1975. № 8. P. 96—108.
- [9] Loveday L.J. *Communicative Interference: A Framework for Contrastively Analysing L2 Communicative Competence Exemplified With the Linguistic Behaviour of Japanese Performing in English // IRAL*, Vol. XXII, February, 1982. P. 1—16.
- [10] Saville-Troike M. *The Ethnography of Communication*. New York, Basil Blackwell Inc., 1987. 290p.

Статья поступила в редакцию 10 марта 2016 г.

COMMUNICATIVE STEREOTYPES OF REPRESENTATIVES OF DIFFERENT CULTURAL AND LINGUISTIC COMMUNITIES DELIVERING OFFICIAL PUBLIC SPEECH IN ENGLISH

Y.A. Ermoshin, N.V. Alontseva

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 10, Moscow, Russia, 117198

The article analyses some national communicative peculiarities of realizing universal communicative actions of contact, persuasion and informing, becoming apparent when representatives of diverse cultural and linguistic communities deliver an official public speech in English.

Key words: official public speech, motive, communicative stereotypes, needs, interest, values, priorities, interaction, contact, persuasion, informing

REFERENCES

- [1] Ermoshin Y.A. *Obuchenie spetsialistov v oblasti mejdunarodnikh otnoshenij professionalnomu diskursu (janr ofitsialnikh publitchnikh vystuplenij)*. Diss. ... kand. ped. nauk [Teaching specialists in international relations professional discurs (official public speaking). PhD. ped. sci. diss.]. Moscow, 2010. 181 s.
- [2] Prokhorov Y.V. *Natsionalnie sotsiokulturnie stereotipi rechevogo obschenija i ikh rol v obuchenii russkomu jaziku inostrantsev* [National sociocultural communicative stereotypes and their role in teaching foreigners the Russian language]. Moscow: Pedagogika-Press, 1996. 237 s.
- [3] Tokareva I.I. *Etnolingvistika i etnografija obschenija* [Ethnolinguistics and communicative ethnography]. Minsk, MSLU, 2001. 244 s.
- [4] Althen G. *American Ways*. Yarmouth, Intercultural Press Inc., 1988. 178 p.
- [5] Gibaldi J., Achtert W. *MLA Handbook for Writers of Research Papers*. New York, Modern Language Association of America, 1984. 221 p.

- [6] *Goffman E.* Interaction Ritual: Essays on Face Behavior. New York, Doubleday, 1967. 270 p.
- [7] *Huckin T.N., Olsen L.* English for Science and Technology. New York, McGraw-Hill Book Company, 1983. 548 p.
- [8] *Kunihiro M.* Indigenous Barriers to Communication // *Japan Interpreter*. 1975. № 8. P. 96—108.
- [9] *Loveday L.J.* Communicative Interference: A Framework for Contrastively Analysing L2 Communicative Competence Exemplified With the Linguistic Behaviour of Japanese Performing in English // *IRAL*, Vol. XXII, February, 1982. P. 1—16.
- [10] *Saville-Troike M.* The Ethnography of Communication. New York, Basil Blackwell Inc., 1987. 290 p.