

МИНОБРНАУКИ
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого»

Гуманитарный институт
Кафедра «Лингводидактика и перевод»

Работа допущена к защите
и.о. зав.каф. к.п.н. доцент
_____ Т.А. Баранова
«_____» _____ 2017 г.

ВЫПУСКНАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

по направлению 45.03.02 «Лингвистика»

на тему:

**«ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУ-
НИКАЦИИ: СПЕЦИФИКА ЮМОРА В ДЕЛО-
ВОМ ОБЩЕНИИ РАЗНЫХ КУЛЬТУР»**

Выполнил студент
гр. 43804/4

М.Д. Киваева

Научный руководитель

доцент, к.п.н.
Н.Г. Ферсман

Рецензент

ст. преподаватель
М.В. Полякова

Санкт-Петербург
2017

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация.....	4
Введение.....	6
Глава 1. Проблемы межкультурной коммуникации.....	10
1.1 Виды коммуникативных барьеров в процессе межкультурной коммуникации.....	10
1.2 Специфика общения. Соотношение понятий «общение» и «коммуникация».....	18
Выводы по главе 1.....	27
Глава 2. Специфика делового общения.....	29
2.1 Деловое общение: понятие и виды.....	29
2.2 Публичное выступление как вид делового общения.....	32
2.3 Национальные особенности делового общения в разных культурах (на примере русской, американской и английской культурах).....	36
Выводы по главе 2.....	44
Глава 3. Национальная специфика употребления юмора в деловом общении разных культур.....	45
3.1 Категории юмора и смешного в общении.....	45
3.2 Национальные особенности употребления юмора в русской, американской и английской культурах.....	49
3.3 Практический анализ использования юмора	

в публичных выступлениях (на примере русской, американской и английской культурах)	52
Выводы по главе 3.....	73
Заключение.....	77
Список использованных источников.....	82
Приложение 1.....	88
Приложение 2.....	90

АННОТАЦИЯ

Тема дипломного проекта: «Проблемы межкультурной коммуникации: Специфика юмора в деловом общении разных культур». Объем дипломного проекта – 92 страницы, в работе содержится 2 схемы, 6 таблиц, 44 источника и 2 приложения.

Объект исследования – деловое общение различных культур. Предмет исследования - юмор в деловом общении различных культур.

Целью дипломной работы является изучить и проанализировать роль и особенности юмора в рамках делового общения в русской, английской и американской культурах.

В дипломную работу входит введение, три главы, три вывода, заключение.

Во введении описывается актуальность темы, предмет, объект исследования, а также цель, необходимые задачи, методы исследования.

Теоретические исследования проводились методом анализа литературы, изучения и обобщения полученных данных, классифицирования полученной информации.

Практические исследования проводились методом сравнения.

Основываясь на теоретические и эмпирические методы исследования, были рассмотрены национальные особенности юмора и проанализированы основные факторы,

влияющие на характер использования юмора в деловом общении представителей английской, американской и русской культур.

Результаты данного исследования могут быть использованы как руководство по успешному использованию юмора в публичных выступлениях. А также в учебном процессе для изучения национально коммуникативных особенностей поведения представителей русской, американской и английской культур в деловом общении.

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена исследованию проблем межкультурной коммуникации в процессе делового общения. Процесс взаимодействия культур является важным аспектом в развитии современного общества, так как происходит развитие международных контактов в различных сферах жизни человека. Однако в процессе общения представители разных культур сталкиваются с препятствиями, которые затрудняют процесс взаимопонимания и нередко приводят к конфликтам. Главной причиной этих неудач является разное отношение к миру, обычаям, традициям, нормам поведения. Проблема организации делового общения так же становится актуальной в современном мире. Поэтому необходимо обратиться к изучению проблем межкультурной коммуникации.

Юмор в сфере делового общения является важным и опасным явлением, способным как улучшить, так и ухудшить процесс коммуникации. Особенно важно знать особенности использования юмора, когда общение происходит между представителями двух разных культур, так как их поведенческие модели отличаются друг от друга. Восприятие юмора - сложный процесс в рамках межкультурной коммуникации, так как связан с анализом другой народности, ее особенностей, стереотипов, традиций и норм поведения.

Роль юмора и проблемы его интерпретации привлекали многих исследователей. Лингвистические механизмы

создания комического эффекта отражаются в работах следующих ученых: Л.Л. Вагапова, В.В. Химик, Н.В. Дорофеева, Н.Н. Болдырев, Л.А. Львов, И.В. Арнольд, Е.И. Беляева, В.В. Богданов. Пути интерпретации юмора были изучены такими учеными, как: В.В. Соложенкин, Г.И. Богин, К. Рурк, И.В. Баракина, В.В. Виноградов. Изучением специфики национального юмора занимались следующие ученые: В.В. Воробьев, М.А. Кулинич, Т.В. Шмелева, В.П. Белянин, А.Д. Швейцер.

Смех в работах таких исследователей, как Леонтович О.А., воспринимается как барьер межкультурной коммуникации в деловом общении. Однако роль юмора как средство, которое преодолевает дистанцию между собеседниками, и снимает напряжение, так и осталась до конца непонятой.

Актуальность данной *работы* обусловлена не исследованностью механизмов создания комического эффекта, специфики национального юмора, а также функций и роли юмора в деловом общении.

Объектом исследования является деловое общение различных культур.

Предметом исследования является юмор в деловом общении различных культур.

Юмор может стать как оружием против публики, личности государства, нации, этноса, являясь барьером в процессе межкультурного общения. Так и универсальным

способом для снятия напряжения, дистанции в процессе общения.

Целью данной работы является изучить и проанализировать роль и особенности юмора в русской, английской и американской культурах деловой жизни человека. Для достижения указанной цели в работе поставлены следующие **задачи**:

- изучить теоретическую основу проблем в межкультурном общении;
- изучить особенности делового общения;
- выявить особенности коммуникативного поведения в американской, английской и русской культурах;
- рассмотреть основные определения юмора и определить его основные функции и особенности;
- проанализировать использование юмора в русскоязычной, американской и английской культурах;
- провести сравнительную характеристику юмора в деловом общении русскоязычной, американской и английской культурах;

Для исследования данной проблемы использованы следующие **методы исследования**:

- общенаучные методы исследования: анализ литературы, изучение и обобщения сведений, классифицирование;
- эмпирические методы исследования: сравнение шуток в публичных выступлениях;

Практическая значимость данной работы заключается в изучении роли юмора в деловом общении, и анализе примеров с целью выявления особенностей в национальном юморе для рассмотрения модели успешного использования юмора в межкультурном общении в сфере делового общения.

Структура дипломной работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. В первой главе раскрываются теоретические основы проблем межкультурной коммуникации, определение понятий и основных аспектов общения. Во второй главе исследуются особенности делового общения. В третьей главе рассматриваются национальные особенности юмора на примере анализа публичных выступлений в английской, американской и русской культурах.

Работа содержит 92 страницы, список литературы включает 44 источника, в работе имеются 2 приложения, 2 рисунка, 6 таблиц.

Глава 1. Проблемы межкультурной коммуникации

1.1 Виды коммуникативных барьеров в процессе межкультурной коммуникации

Основной темой, составляющей ядро проблем межкультурной коммуникации, является тема взаимопонимания в контексте конфликта культур. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, столкновение культур очень часто приводит к различного рода курьезам, становится почвой для анекдотов и смешных сюжетов. Конфликт культур может послужить одной из причин неприятностей, драм и трагедий в процессе межкультурного общения [27].

Изучая природу межкультурных конфликтов, С.Г. Тер-Минасова выделяет следующие их виды:

– *непосредственные конфликты*, которые возникают в ходе прямого или реального общения представителей различных культур;

– *опосредованные конфликты*, которые происходят в процессе непрямого межкультурного общения. Формами такого общения являются фильмы, книги, Интернет и пр. При этом автор отмечает, что опосредованные конфликты менее заметны и осознаваемы и, как следствие, они являются наиболее опасными.

Говоря о проблеме понимания в межкультурной коммуникации, стоит отметить, что «... языковой барьер – не единственное препятствие на пути к взаимопониманию.

Национально-специфические особенности самых разных компонентов культур-коммуникантов ... могут затруднить процесс межкультурного общения» [27, С.28].

Таким образом, игнорирование национально-специфических особенностей культур-коммуникантов может привести к коммуникативным неудачам в процессе межкультурного общения.

Д.В. Арустамян выделяет следующие коммуникативные ошибки, которые могут совершать представители различных культур в ходе межкультурной общения:

– *технические ошибки*. Причиной такого рода ошибок является слабое владение представителем иной культуры фонетикой, графикой и орфографией культуры-хозяина;

– *системные ошибки*, вызванные слабым владением представителем иной культуры системой языковых значений различного уровня и способов их выражения в культуре-хозяине;

– *дискурсивные ошибки*. Ошибки такого рода вызваны не владением представителем иной культуры системой культурных норм и ценностей того сообщества, на языке которого ведется общение;

– *этикетные ошибки*, вызванные незнанием правил речевого этикета, социально-ролевых аспектов коммуникации;

– *стереотипные ошибки*;

– *энциклопедические ошибки*. Причиной данного рода ошибок является незнание представителей иной культуры фоновых знаний, которые известны практически всем носителям культуры-хозяина;

– *идеологические ошибки*, вызванные различиями в системе социальных, этических, эстетических, политических и т. п. воззрений, являющихся базовыми и инвариантными для той или иной культуры [2].

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать следующий вывод: проблема взаимопонимания между представителями разных культур является ключевой в межкультурной коммуникации, а трудности межкультурного общения, вызванные игнорированием национально-специфических особенностей той или иной культуры, могут привести к нарушению эффективности самого процесса межкультурной коммуникации и, как следствие, появлению конфликтных ситуаций.

Обратимся к анализу трудностей общения, которые возникают в процессе межкультурной коммуникации. К таким затруднениям относятся коммуникативные помехи и барьеры; при этом ряд авторов предлагает разграничивать эти два понятия с целью более полного анализа причин их возникновения, отмечая, однако, отсутствие их резкого противопоставления друг другу [11].

– помехи со стороны источника/отправителя информации;

- помехи со стороны получателя информации;
- помехи со стороны окружения [11].

К помехам со стороны участников межкультурной коммуникации относят:

- физиологические (дефекты речи и слуха, которые мешают производству и восприятию звучащей речи);
- языковые (искаженное толкование смысловых значений единиц языка);
- поведенческие (несовпадение поведения с коммуникативным намерением);
- психологические (предвзятость);
- культурологические (неодинаковое восприятие юмора) [11].

Помехами со стороны окружения ситуации межкультурной коммуникации становятся такие помехи, которые затрудняют восприятие вербальных и невербальных сигналов коммуникации (например, шум, плохая видимость, физическое расстояние и пр.).

Межкультурная коммуникация, как отмечает О.А. Леонтович, осуществляется на двух уровнях: личностном и институциональном. Выше были рассмотрены помехи, возникающие на личностном уровне. Обратимся к помехам, имеющим место на институциональном уровне межкультурной коммуникации, поскольку данный вид коммуникации является ключевым моментом нашей работы.

Рассмотрим понятие «коммуникативные помехи».

О.А. Леонтович в качестве помех рассматривает такие факторы, которые снижают качество межкультурной коммуникации и которые могут послужить причиной коммуникативных сбоев в процессе межкультурной коммуникации [11]. Выделяют следующие виды коммуникативных помех:

- 1) со стороны источника/отправителя;
- 2) со стороны получателя;
- 3) со стороны окружения;

Определимся с понятием «институциональная коммуникация». Под такого рода коммуникацией понимают «речевое взаимодействие людей, реализующих свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов» [28, С.24]. Отличительными особенностями институциональной коммуникации являются:

- регламентируемый сценарий;
- регламентированное речевое поведение участников;
- регламентированная тематика;
- регламентированные временной и пространственный параметры коммуникации [28].

К межкультурным помехам институционального уровня относятся:

- утаивание информации в соответствии с интересами власти;
- преднамеренное дозирование общественно значимых сведений;

- структурирование информации в выгодной для властей форме;
- использование двойных стандартов по отношению к внутренним и внешним проблемам;
- предвзятость к подаче информации о других культурах [11].

Как уже отмечалось выше, коммуникативные помехи могут привести к коммуникативным сбоям в межкультурной коммуникации, при этом качество самой коммуникации снижается, а сам коммуникативный процесс не прерывается.

Рассмотрим понятие коммуникативных барьеров. В теории межкультурной коммуникации под ними понимаются «проблемы, возникающие в процессе взаимодействия, препятствующие ему или снижающие его эффективность» [22, С.1]. В настоящее время единой классификации коммуникативных барьеров нет, поскольку каждая из существующих имеет в своей основе различные параметры классификации. Так, например, взяв за основу классификации коммуникативных барьеров действующий тип коммуникативных помех, ряд исследователей выделяют следующие виды барьеров:

- технические;
- психологические;
- психофизиологические;
- социальные;

- культурно-национальные [30].

А.П. Садохин, рассматривая в качестве основания классификации основные сферы, в рамках которых проходит взаимодействие участников межкультурной коммуникации, разделяет коммуникативные барьеры на следующие группы:

- языковые (литературный или разговорный язык, диалект, сленг, различные стили и жанры и т.п.);
- этнокультурные (социальные, культурные, этнические и религиозные различия);
- коммуникативные (система коммуникативных средств межкультурного общения);
- психологические [22].

Третий подход к классификации барьеров в процессе межкультурной коммуникации заключается в разделении барьеров по принципу *понимание* ↔ *общение* [10]. Так, первая группа, положив в основу классификации *фактор понимания*, включает в себя следующие виды барьеров:

- фонетические;
- стилистические;
- семантические;
- логические;
- социально-культурные.

Вторая группа коммуникативных барьеров, в основе классификации которой лежит *фактор общения*, включает в себя следующие виды барьеров:

- темперамент;
- гнев;
- страх;
- стыд;
- отвращение;
- презрение;
- брезгливость и т.п.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать следующие выводы. Во-первых, в теории и практике межкультурной коммуникации существует разграничение таких понятий как коммуникативные помехи и коммуникативные барьеры. Во-вторых, отличие помех коммуникации от барьеров заключается в том, что помехи не прерывают процесс коммуникации, а лишь несколько снижают его качество. Барьеры же препятствуют взаимодействию участников коммуникации и не допускают их адекватного взаимопонимания. В-третьих, несмотря на отсутствие единой классификации барьеров в процессе межкультурной коммуникации, можно сделать вывод о том, что одним из упомянутых в существующих классификациях барьеров является национально-культурный барьер. Согласимся с точкой зрения О.А. Леонтович о том, что все помехи и барьеры в процессе межкультурной коммуникации возникают на двух уровнях коммуникации: личном и институциональном.

1.2 Специфика общения. Соотношение понятий «общение» и «коммуникация»

С целью изучения специфики употребления юмора в деловом общении в разных культурах обратимся к рассмотрению такого понятия как «общение».

Общение является одним из важнейших видов деятельности человека, представляет собой сложный и многогранный процесс, который может выступать одновременно как процесс взаимодействия индивидов и как информационный процесс, как отношение людей друг к другу и как процесс их взаимовлияния, сопереживания и взаимопонимания [23].

В «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова общение трактуется как взаимное дружеское или деловое отношение между людьми [16].

В толковом переводоведческом словаре дается следующее определение общения: «общение – взаимодействие людей, состоящее в обмене интеллектуальной и эмоциональной информацией» [15].

В педагогическом энциклопедическом словаре общение рассматривается как процесс взаимодействия двух или более людей, преследующее цель установления общего результата совместной деятельности [18]. При этом в процессе общения выделяют коммуникационный аспект, аспекты восприятия и понимания человека человеком («социальная перцепция») и взаимодействия (интеракция).

А.П. Садохин, принимая во внимание определенные признаки, формы и стили общения, определяет его как «процесс взаимодействия между партнерами, в ходе которого формируются и развиваются различные виды отношений между ними, каждого партнера к самому себе и к совместной деятельности» [22].

В современной зарубежной и отечественной науке наряду с понятием «общение» вошло понятие «коммуникация». В связи с этим выделяют три подхода к рассмотрению соотношения этих двух понятий.

Представители первого подхода (Л.С. Выготский, А.А. Леонтьев, В.Н. Курбатов и др.) придерживались точки зрения равноправия понятий «общение» и «коммуникация» поскольку этимологически и семантически эти два понятия тождественны (ср. лат. «communication» – сообщение/передача; русс. «общение» – обмен мыслями, информацией). А.В. Соколов, занимаясь вопросами социальной коммуникации и трактуя ее как движение смыслов в социальном пространстве, пришел к выводу о том, что соотношение между устной коммуникацией и общением может быть представлено в двух вариантах:

- коммуникация – это духовная составляющая материально-производственного общения (т.е. коммуникация есть часть общения);
- содержание коммуникации исчерпывает со-

держание духовного общения (т.е. коммуникация тождественна общению) [25].

При этом автор подчеркивает тождество понятий письменной/электронной коммуникации и письменного общения, поскольку совместная материально-производственная деятельность исключается.

Второй подход к проблеме соотношения общения и коммуникации заключается в разграничении этих понятий. Сторонники этого подхода (М.С. Каган, Г.М. Андреева, В.П. Конецкая и др.) подчеркивают синонимичность общения и коммуникации, но настаивают на их разграничении. Так, Г.М. Андреева считает, что коммуникация является составляющей процесса общения и представляет собой процесс обмена информацией. Процесс же общения – сложный, многоплановый процесс активного взаимодействия, по крайней мере, двух индивидуумов. Для более полного его анализа и понимания ею была разработана следующая структура общения:

Рисунок 1.1.



Коммуникативная сторона общения, или собственно коммуникация, заключается в обмене информацией между участниками общения. *Интерактивная сторона* состоит в обмене знаниями, идеями и действиями между участниками общения, т.е. в организации взаимодействия. *Перцептивная сторона* общения представляет собой процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установлению на этой основе взаимопонимания между ними. Проанализировав каждую из сторон процесса общения, Г.М. Андреева подчеркивает главную особенность общения, которая заключается в том, что информация не только передается между участниками общения, но также формируется, уточняется и развивается ими.

Третий подход к проблеме соотношения понятий «общение» и «коммуникация» заключается в их рассмотрении с точки зрения понятия «информационный обмен». Коммуникация представляет собой процесс обмена информацией как вербальными, так и невербальными сигналами, причем первые из них составляют небольшую часть в информационном обмене, тогда как последние позволяют передавать информацию как в пространстве, так и во времени [23]. Общение же представляет собой только те процессы обмена информацией, которые соотносятся с деятельностью людей по установке и поддержанию взаимосвязи и взаимодействия между индивидами. Таким образом, устанавливается соотношение коммуникации как более общего

понятия к общению как частному понятию.

Согласимся с выводом А.П. Садохина о том, что понятия «общение» и «коммуникация» являются частично совпадающими, но при этом не тождественными понятиями. Оба понятия обладают как общими, так и отличительными признаками. Общим для них является соотнесенность с процессами обмена и передачи информации. Отличительные же признаки выражаются в различных объемах и содержании этих понятий [23].

Для дальнейшего анализа делового общения как одного из видов общения обратимся к классификации типов и видов общения. В современной научной литературе по теории коммуникации и психологии общения дается большое количество классификаций видов общения. Остановимся лишь только на тех из них, которые соответствуют цели и задачам данной работы.

Б. З Зельдович выделяет следующие виды общения:

– *формальное общение* или «контакт масок».

При такого рода общении отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника, используется набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть истинные эмоции, отношение к собеседнику (маски вежливости, строгости, безразличия, скромности, участливости и т. п.);

– *примитивное общение*. В процессе такого об-

щения идет оценка партнера по параметру «нужен/не нужен»;

– *формально-ролевое общение* регламентирует и содержание, и средства общения; вместо знания личности собеседника обходятся знанием его социальной роли;

– *деловое общение* — процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели. Это такой вид общения, в ходе которого учитываются особенности личности, характера, возраста, настроения собеседника. Но при этом интересы бизнеса более значимы, чем возможные личностные расхождения;

– *духовное общение* — межличностное доверительно-неформальное общение. Такое общение возможно в случае наличия достаточно глубоких знаний о собеседнике;

– *манипулятивное общение* направлено на извлечение выгоды от собеседника, используя при этом разные приемы (лесть, запугивание, обман, демонстрация доброты) в зависимости от особенностей личности собеседника;

– *светское общение*. Суть такого общения заключается в выборе «нейтральных» тем для общения, т.е. люди говорят не то, что думают, а то, что положено гово-

речь в каких-либо случаях; такой вид общения считается закрытым, поскольку точки зрения людей относительно того или иного вопроса не имеют никакого значения и не определяют характера общения [7].

Г.В. Бороздина классифицирует общение по его стилям, выделяя следующие:

– *ритуальное общение*. В процессе такого общения главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. При этом важно, что партнер в таком общении является необходимым атрибутом выполнения ритуала;

– *манипулятивное общение* – общение, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей;

– *гуманистическое общение*. Это в наибольшей степени личностное общение, позволяющее удовлетворить такую человеческую потребность, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании [3].

А.П. Панфилова, подчеркивая все многообразие форм и видов общения, классифицирует этот процесс следующим образом:

1. *межличностное общение*, связанное с непосредственными контактами людей в различных группах. Такая форма общения сконцентрирована, в основном, на пси-

холологических проблемах, потребностях и интересах, касающихся личности собеседника. Выделяют три вида межличностного общения:

– императивное общение, основной целью которого является подчинение одним из партнеров другого, достижение контроля над его поведением, мыслями, а также принуждение к определенным действиям и решениям;

– манипулятивное общение, основной целью которого является оказание воздействия на партнера по общению, но при этом достижение намерений осуществляется скрытно, закамуфлировано;

– диалогическое общение, основанное на равноправии партнеров.

2. *массовое общение* представляет собой все множество связей и контактов незнакомых людей в обществе, в том числе и общение через средства массовой информации;

3. *межперсональное общение* – обычное общение людей, зависящее от индивидуальных особенностей каждого;

4. *ролевое общение* – вид общения, при котором участники демонстрируют цели и характеристики носителей определенных ролей [17].

Таким образом, рассмотренные нами классификации общения подтверждают тезис об отсутствии единой класси-

фикации, поскольку различные авторы закладывают в основу своих классификаций различные параметры (цели, характер, функции, участники и т.д.)

Выводы по главе 1

В данной главе нами было рассмотрено такое понятие как межкультурный конфликт. Рассмотрев основные виды межкультурных конфликтов, были выделены барьеры в процессе межкультурного общения, а также коммуникативные помехи и ошибки. Таким образом, можно сделать вывод, что на эффективность процесса общения в межкультурной коммуникации влияет не только языковой барьер, но и другие факторы, такие как физиологические барьеры, коммуникативные помехи и ошибки.

Рассмотрев коммуникативные помехи, предложенные О.А. Леонтович, был сделан вывод, что коммуникативные помехи делятся в зависимости от факторов, которые могут привести к коммуникативному сбою в процессе межкультурной коммуникации. Были выделены следующие факторы: помехи со стороны источника; помехи со стороны получателя информации; помехи со стороны окружения.

Так же нами было рассмотрено два уровня межкультурной коммуникации: личностный и институциональный. Далее мы рассмотрели особенности помех на институциональном уровне, так как именно этот уровень общения является ключевым моментом в нашем исследовании.

Отсюда следует следующие: игнорирование специфических, физических, национальных особенностей собеседников могут привести к неудачам, снизить эффективность общения, а также конфликтам и недопониманию.

Далее проанализировав структуру общения, нами были изучены виды и формы общения, предложенные Б.З. Зельдович, Г.В. Бородиной, А.П. Панфиловым. После рассмотрения понятий коммуникация и общения, были изучены несколько подходов к соотношению данных терминов. В итоге, мы пришли к выводу, что коммуникация является одним из компонентов общения, выполняющих функцию обмена информацией.

Глава 2. Специфика делового общения

2.1 Деловое общение: понятие и виды

Понятие делового общения связано, прежде всего, с установлением и развитием отношений между людьми в профессиональной сфере. Обратимся к трактовке делового общения.

В рассмотренных в Главе I классификациях видов общения деловое общение определяется как один из его видов. А.П. Панфилова говорит о деловом общении как *виде межличностного общения*, направленного на достижение какой-то предметной договоренности, профессиональных целей и задач [17]. При этом она отмечает, что такое общение протекает в трех коммуникативных формах:

- *монологической*, в которой преобладают коммуникативные действия/высказывания личности как субъекта-организатора слушания у других субъектов-участников общения (например, лекция, доклад, публичное выступление);
- *диалогической*, в которой участники взаимодействуют и взаимно активны (беседа, переговоры, консультация);
- *полилогической*, в которой организуется многостороннее общение, носящее характер своеобразной борьбы за овладение коммуникативной инициативой и связано со стремлением максимально эффективной ее реализации (дискуссия, деловая игра и др.).

Анализируя виды и типы делового общения, А.П. Панфилова также выделяет две группы деловых отношений:

1. *позитивные* (конструктивные). К ним относятся партнерство и сотрудничество;
2. *негативные* (деструктивные). К ним относятся конкуренция, соперничество и конфликтные взаимоотношения [14].

Деловые отношения, по мнению исследователя, имеют ограничения конвенционального, ситуативного, эмоционального и насильственного характера. Такие отношения, как правило, являются формальными или официальными, так как они носят безличный характер и не зависят от индивидуальных и психологических состояний, вступающих в них людей; могут осуществляться с помощью ролей и масок, являются ответственно зависимыми.

Г.В. Бороздина под деловым общением понимает «процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели» [3]. Деловое общение разделяется ею на следующие виды:

- *прямое деловое общение*, при котором происходит непосредственное общение между участниками. Дан-

ный вид делового общения обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия на участников;

– *косвенное деловое общение*, при котором между партнерами существует пространственно-временная дистанция.

Деловое общение, по мнению Г.В. Бороздиной, реализуется в различных формах:

- деловая беседа;
- деловые переговоры;
- деловые совещания;
- публичные выступления [3].

Б.З. Зельдович трактует деловое общение как «процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели» [7]. В нижеприведенной таблице представлены виды делового общения, классифицированные Б.З. Зельдовичем.

Таблица 2.1.

Виды делового общения [7]

Устное		Письменное
Диалогическое	Монологическое	
Деловой разговор	Приветственная речь	Деловое письмо
Деловая беседа	Торговая речь	Протокол
Деловые перегово-		Отчет

Продолжение таблицы 2.1.

ры	(реклама)	Справка,
Интервью	Информаци-	Докладная и
Дискуссия	онная речь	объяснительная
Совещание (собра-	Доклад (на за-	записка
ние)	седании, со-	Акт
Пресс-конферен-	брании)	Заявление
ция		Договор
Контактный дело-		Устав
вой разговор		Положение
Телефонный раз-		Инструкция
говор		Решение
		Распоряжение
		Указание
		Приказ
		Доверенность и
		др.

Таким образом, деловое общение представляет собой вид общения, характеризующийся целеполаганием и решением поставленных целей и задач.

2.2 Публичное выступление как вид делового общения

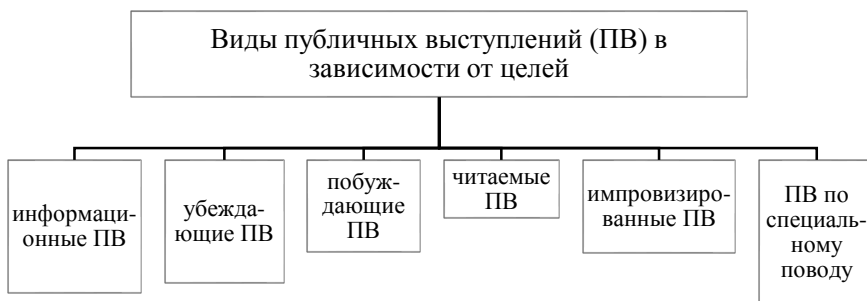
В соответствии с задачами нашего исследования обратимся к рассмотрению особенностей такого вида делового общения как публичное выступление.

Публичное выступление может выступать как в качестве самостоятельного вида делового общения, а также являться составляющей частью других видов делового общения, например, совещания, конференции, презентации, деловой беседы, митинга и пр.

Проанализировав классификации публичных выступлений [3, 7, 17, 26], представим их виды в приведенном ниже рисунке.

Рисунок 2.1.

Виды публичных выступлений



– целью *информационных ПВ* является передача и обогащение знаний;

- *убеждающие ПВ* призваны оказывать эмоциональное влияние на слушателей;
- *побуждающие ПВ* направлены на то, чтобы побудить слушателей к тем или иным действиям, как правило, в интересах коллектива;
- *читаемые ПВ* представляют собой выступления по заранее написанному тексту;
- *импровизированные ПВ* представляют собой свободные выступления по тезисам.

В зависимости от сферы применения публичные выступления подразделяются на следующие виды:

- *академические* (например, лекция, научный доклад, научное сообщение).
- *судебные* (например, обвинительная/защитная речь). Отличительными чертами являются: анализ фактического материала, использование данных экспертизы, ссылки на показания свидетелей, логичность, убедительность и пр.;
- *социально-политические* (например, выступление на заседании, агитаторское выступление или выступление на митинге).
- *социально-бытовые* (например, приветственное выступление, выступление на празднике/торжестве и т.п.) [26].

Для того, чтобы публичное выступление любого вида стало успешным, необходимо соблюдать следующие

требования:

- излагать мысли таким образом, чтобы слушатели отождествляли получаемую информацию со своими проблемами и размышлениями;

- включать в основную часть речи центральную идею, основные мысли и подтверждающие материалы: цитаты, примеры, аналогии, статистику;

- затрагивать личные мотивы слушателей, их интересы;

- выражать мысли кратко, образно и эмоционально;

- ориентировать аудиторию на конкретные прагматические действия;

- пользоваться логически безупречной аргументацией, учитывая при этом эмоциональную культуру слушателей, их сенсорные каналы и убеждения;

- последовательность основных мыслей оратора должна соответствовать следующим схемам: хронологическая, тематическая, пространственная, логическая [17].

Таким образом, публичные выступления, являясь видом делового общения, обладают определенными особенностями (ориентация на слушателя, умение владеть аудиторией, четкая структурированность) и становятся сегодня обязательными условиями любого делового общения.

2.3 Национальные особенности делового общения в разных культурах (на примере русской, американской и английской культурах)

Для изучения национальных особенностей делового общения в русской, американской и английской культурах рассмотрим такое понятие как национальное коммуникативное поведение.

Национальное коммуникативное поведение представляет собой «компонент национальной культуры, обусловленный национальным менталитетом, зафиксированный в национальных коммуникативных нормах и правилах и материально проявляющийся в национально-культурных коммуникативных ритуалах» [21]. Представители разных культур по-разному относятся к улыбке, рукопожатию, объятиям, поцелуям, так же существенным образом различаются и темы для общения. Расхождения в нормах поведения, как нами уже было отмечено в Главе 1, могут приводить к культурному шоку или конфликту культур в процессе общения.

Национальное коммуникативное поведение личности определяется его коммуникативным сознанием, под которым понимается «совокупность коммуникативных знаний и коммуникативных механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека» [20].

Для описания национального коммуникативного поведения отечественными учеными были разработаны три основные модели:

– *ситуативная*, предполагающая описание коммуникативного поведения народа в рамках стандартных коммуникативных ситуаций (например, приветствие, извинение и др.) и коммуникативных сфер (например, общение в гостях, общение в коллективе и т.д.);

– *аспектная*, предполагающая описание коммуникативного поведения в рамках заранее определенных исследователем аспектов, основные из которых – вербальный и невербальный, а также продуктивный, рецептивный, нормативный и реактивный;

– *параметрическая*, предполагающая достаточно формализованное описание коммуникативного поведения на основе параметров и признаков, по которым может быть описано коммуникативное поведение любого народа [21].

На основе параметрической модели рассмотрим особенности делового общения в русском, американском и английском коммуникативном поведении [20, 11, 24].

Таблица 2.2.

Параметрическая модель особенностей поведения

Параметры	Коммуникативное поведение		
	Русское	Американ- ское	Английское
Установление контакта			
Свобода вступления в контакт	повышенная	заметная	низкая
Свобода подключения к общению	высокая	низкая	низкая
Характер выхода из коммуникации			
Возможность внезапного прерывания контакта	повышенная	отсутствует	отсутствует
Использование смены темы	редко	часто	часто
Коммуникативная приветливость			
Деловая улыбчивость	отсутствует	очень высокая	высокая
Коммуникативный демократизм			
Эффективность офици-	невысокая	очень высокая	высокая

Продолжение таблицы 2.2.

ального общения			
Доля формального общения	невысокая	очень высокая	высокая
Стремление к неформальному общению	повышенное	заметное	низкое
Коммуникативная самоподача			
Характер самопрезентации	скромный	агрессивный	скромный
Допустимость самопохвалы, саморекламы, демонстрации личных успехов окружающим	отсутствует	высокая	отсутствует
Демонстрация знакомства со статусными лицами	заметная	низкая	редко наблюдается

Продолжение таблицы 2.2.

Вежливость			
Деловая веж- ливость	средняя	заметная	высокая
Коммуникативное давление			
Коммуника- тивная доми- нантность в общении с окружаю- щими	наблюда- ется	исключается	исключается
Дискуссионность			
Стремление к достижению компромисса	низкое	высокое	высокое
Коммуникативная реакция			
Уровень дове- рия к устной речи, словам собеседника	средний	высокий	высокий

На примере рассмотренных национальных особенностей делового общения в анализируемых культурах, а также принимая во внимание другие параметры измерения

коммуникативного поведения, выделяют доминантные черты коммуникативного поведения в рассматриваемых культурах [20, 21, 24].

К *доминантным чертам русского национального коммуникативного поведения* относятся: общительность, эмоциональность, коммуникативный демократизм, коммуникативная доминантность, свобода подключения к общению и 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 собеседника, 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.

Доминантными чертами американского коммуникативного поведения являются: общительность, открытость, коммуникативный демократизм, выраженная коммуникативная приветливость, доброжелательность, жизнерадостность, контактность, шумность, агрессивная самопрезентация, деловитость общения, правдивость в общении, коммуникативная толерантность, стремление к достижению компромисса, малолюбопытность в общении, тематическая ограниченность общения, малоинформированность, важность устного общения и устных договоренностей, ситуативность эмоционального поведения, любовь к обсуждению своих успехов и достижений, большая роль юмора в повседневном общении, шумность в компании и на отдыхе, большая дистанция общения.

Доминантными чертами английского коммуникативного поведения являются: некатегоричность, антиконфликтная ориентация общения, нелюбовь к спорам, эмоциональная сдержанность, высокая толерантность к молчанию, невысокая громкость общения, немногословие, высокий уровень самоконтроля в общении, бытовая вежливость, приоритетность фатического общения, жесткая тематическая регламентация общения, высокий уровень доверия к словам собеседника, отношение к языку как важному показателю социального статуса говорящего, важность вербального обозначения социального статуса, коммуникативный оптимизм, широкие возможности письменного общения в

повседневной коммуникации.

Сопоставление доминантных черт коммуникативного поведения русских, американцев и англичан позволяет выявить как сходства, так и основные различия русской, американской и английской коммуникативных культур.

Выводы по главе 2

В данной главе нами было рассмотрено понятие делового общения, приведенное А.П. Панфиловым и Г.В. Борздиной, а также выделены виды и формы делового общения.

Проанализировав структуру делового общения, можно сделать вывод о том, что данный тип общения является сложным процессом взаимодействия людей в профессиональной сфере.

Далее, изучив структуру публичных выступлений, были выделены виды в зависимости от цели, сферы. Так же были рассмотрены требования к публичному выступлению.

Изучив понятие национальное коммуникативное поведение, был проведен анализ на основе параметрической модели особенностей коммуникативного поведения в трех культурах: русской, английской, американской.

Результаты проведенного нами анализа позволяют сделать некоторые частные выводы, представляющие интерес для нашего исследования:

1. Публичные выступления могут выступать как самостоятельный вид делового общения, так и быть частью других видов делового общения.
2. В каждой культуре существуют свои доминантные черты в процессе делового общения, влияющие на исход коммуникативного процесса.

Глава 3. Национальная специфика употребления юмора в деловом общении разных культур

3.1 Категории юмора и смешного в общении

Латинское слово «*humor*» (юмор) имеет несколько толкований. Это и «влага/жидкость», и «сырость», а с другой стороны и «питательный сок растений».

В толковом словаре В.И. Даля юмор понимается как «веселая, острая, шутливая складка ума, умеющая подмечать и резко, но безобидно выставлять странности нравов или обычаев; удаль, разгул иронии» [5]. Другими словами, юмор, по мнению В.И. Даля, это умение необходимым образом выставлять необыденные устои, традиции других людей.

В толковом словаре «Cambridge Dictionary», понятие юмор рассматривается как: «the ability to find things funny, the way in which people see that some things are funny, or the quality of being funny» [31].

Одним из первых философов, уделивших внимание изучению смешного, был Платон. По его мнению, юмор имел лишь негативный оттенок, а люди, которые злоупотребляли им, были порочны. Так, в диалоге «Филебус» смешливому человеку Платон приписывал только пороки. В своем трактате «Республика», рассмотрев негативные стороны безумного смеха, философ пришел к выводу о том, что смех есть проявление злобы, агрессии, и имеет серьезные последствия для жизни общества [4].

Ученик Платона Аристотель, имея схожие со своим учителем взгляды на юмор, в своем труде «Риторика» приравнивал шутку к понятию «высокомерие» [4]. В то же время, описывая шутку, Аристотель утверждал, что смешное никому не приносит вреда.

Т. Гоббс утверждал, что смех – это явление внезапной победы, которое появляется, когда человек осознает свое превосходство над другими [34].

Немецкий философ Э. Кант считал, что шутка должна содержать некоторую информацию, которую люди должны воспринимать как реальность, истину [11].

З. Фрейд внес значительный вклад в изучение смешного. Проанализировав большое количество трудов о смешном, имевшихся в его распоряжении, ученый пришел к выводу о том, что «юмор является средством получения удовольствия, несмотря на препятствующие ему мучительные аффекты. Он подавляет развитие аффекта, занимает его место. Условие для его возникновения дано тогда, когда имеется ситуация, в которой мы сообразно с нашими привычками должны были бы пережить мучительный аффект, и когда мы поддаемся влиянию мотивов, говорящих за подавление этого аффекта. Следовательно, человек, которому причинён ущерб, может получить юмористическое удовольствие в то время, как человек непричастный смеётся от комического удовольствия. Удовольствие от юмора возникает в этих случаях – мы не можем сказать иначе – ценою этого

неосуществившегося развития аффекта; оно вытекает из экономии аффективной затраты» [4].

Идеи З. Фрейда были в дальнейшем развиты в трудах его последователей. Д. Флагел в своей статье «Юмор и смех» отметил социальную природу юмора и сместил акцент на значимость культурных традиций. Он также предположил, что смех помогает людям освобождаться от социальных запретов. М. Чойси, как и Д. Флагел, считал, что смех, являясь проявлением социальной природы человека, представляет собой защитную реакцию против социальных запретов [4].

А. Бергсон в трактате «Смех. Эссе о сущности комического» писал, что смех невозможен вне социальной группы, при этом главной функцией смеха является исправление ошибок общества [4].

Опираясь на положения А. Бергсона о социальной природе юмора, Р. Провин (англ. *Robert R. Provine*), профессор психологии и нейробиологии, провел эксперимент, смысл которого заключался в констатации студентами ситуаций смеха. Результаты эксперимента подтвердили положения теории о смехе А. Бергсона о том, что люди чаще всего смеются, находясь в обществе, а смеха вне аудитории не существует [4].

Рассуждая о значении юмора, отечественный исследователь Т.В. Иванова утверждает, что юмор может быть, как и средством нападения, так и средством установления

контактов [4]. Среди основных функций юмора автор выделяет следующие:

- оружие (насмешка);
- установление контакта и передачи информации (шутка, юмореска, фельетон);
- воспитание (поговорки, пословицы);
- щит, за которым можно скрыть свое отношение, мнение, состояние в случаях, когда это необходимо (анекдот, каламбур).

Р. Мартин, канадский психолог, один из самых известных современных исследователей юмора, считает, что юмор, будучи широким понятием, относится ко всем словам и действиям людей, воспринимающимся как забавные и обычно вызывающие смех у других, а также к психическим процессам, которые участвуют в генерации и восприятии такого забавного стимула, и к эмоциональной реакции, связанной с получением удовольствия от него [13]. Ученый подчеркивает тот факт, что юмор по своей сути является формой взаимодействия людей в виде игры. Им были выделены следующие виды юмора:

1. шутки;
2. спонтанный разговорный юмор, который может принимать различные формы: *ирония*; сатира; сарказм и т.д.
3. непреднамеренный юмор [13].

Наряду с вербальными формами юмора в социальных взаимодействиях Р. Мартин установил факт преднамеренного юмора с использованием невербальных форм, например, смешное выражение лица, необычная походка, жесты или манеры.

Таким образом, проанализировав вышеприведенные трактовки понятия юмора, можно сделать вывод о несомненной социальной природе юмора. Юмор возникает только в случаях взаимодействия людей и имеет различные виды и формы.

3.2. Национальные особенности употребления юмора в русской, американской и английской культурах

В русской культуре юмор является важным компонентом общения [21]. Главной задачей юмора в русской культуре является отражение пороков и ошибок. Юмор представителей русской культуры ироничен и обусловлен государственным положением в стране. Характерной чертой русского юмора является высмеивание ошибок различных жизненных реалий:

- политических;
- экономических;
- социальных.

Представители русской культуры относятся с юмором и к собственным ошибкам. Так же стоит отметить, что в качестве объекта русских шуток часто выступают разные

народности [21].

Бытовая неулыбчивость также характерна для русского человека, что является одной из наиболее ярко выраженных черт русского национального характера. Выделяют следующие особенности русской улыбки:

- улыбка не является сигналом вежливости;
- неприятно улыбаться незнакомым;
- улыбка русского человека – сигнал личного

расположения, рассматривается как искреннее выражение хорошего настроения [21].

Что же касается использования юмора в деловом общении, то русское коммуникативное поведение ориентировано на серьезный настрой при обсуждении любых важных вопросов, при решении серьезных, важных задач. Улыбчивость отождествляется с легкомыслием, не сосредоточенностью на решении проблемы.

Английский юмор принято считать тонким и аристократичным. В силу своей сдержанности, шутки представителей английской культуры непонятны представителям других культур, они построены на недосказанности или наоборот передержке (в англ. – *overstatement*). Англичане могут посмеяться над собой, над своими качествами, внешностью, манерой говорить, национальностью.

Англичане способны шутить с невозмутимой серьезностью. Наиболее популярным видом юмора среди представителей английской культуры, является шутка, забава или

потехи.

Английский имеет несколько разновидностей:

- *the elephant jokes* – глупые истории;
- *dry sense of humour* – сарказм или ирония;
- *banana skin sense of humour* — так британцы

отзываются об американских шутках;

- *shaggy-dog stories* – истории, комичность которых заключается в нелогичности сказанного [29].

Американский юмор разнообразен. Сказывается влияние многочисленных этнических групп. Однако анекдоты на этнические, религиозные, половые темы неприличными считаются неприличными, а также на темы, связанные с терактами и войнами. Улыбка при приветствии считается в американском этикете обязательной.

Юмор в американской культуре является признаком хорошей беседы. Американцы очень любят шутить. Юмор помогает расслабиться, сделать ситуацию менее официальной и менее напряжённой. В компании ценится собеседник, умеющий рассказывать остроумные истории.

Согласно Р. Льюису юмор часто используется в ряде европейских стран в бизнесе [12]. Важным фактором переговоров в Америке является сарказм и подтрунивание. Чаще всего юмор используется в деловом общении представителей английской культуры. Англичане не выносят скучных и натянутых встреч, именно поэтому они прибегают к самым

разным формам юмора. В американских компаниях принято подшучивать над коллегами. Стоит отметить, что юмор считается положительной чертой политиков и преподавателей в американской культуре. Американские публичные выступления полны юмора.

Подводя итоги можно сделать следующие выводы:

1. Юмор в процессе делового общения является важным компонентом для вышеописанных культур. Однако юмор носит разный характер для представленных выше культур.

2. В русской культуре не принято улыбаться незнакомцам, улыбка не является показателем вежливости или дружелюбия.

3. В деловом общении для данных культур характерно наличие юмора.

4. Представители вышеперечисленных культур могут посмеяться как над собой, так и над государством, нацией.

3.3. Практический анализ использования юмора в публичных выступлениях (на примере русской, американской и английской культурах)

Одним из препятствий, барьеров на пути успешной межкультурной коммуникации является юмор. Стереотипное представление о характере народа обычно выражается

в анекдотах и шутках. По мнению Р. Льюиса, к юмору необходимо относиться с осторожностью, особенно при деловом общении.

Материалом для анализа национальных особенностей использования юмора в публичных выступлениях в разных культурах послужили:

- 5 публичных выступлений президента РФ В.В. Путина;
- 13 публичных выступлений американского военного и политического деятеля Р. Гейтса;
- 6 публичных выступлений премьер-министра Великобритании У. Черчилля.

Записи публичных выступлений В.В. Путина взяты из открытых онлайн ресурсов. Записи публичных выступлений Р. Гейтса также были взяты из открытых онлайн ресурсов, причем запись №11 была взята из ежедневной газеты «Лос-Анджелес Таймс», а запись №1 представляет собой аудиозапись публичного выступления в колледже «Колледж Вильгельма и Мэри». Анализ публичных выступлений У. Черчилля был произведен по имеющимся в открытом доступе видеоматериалам.

Инструментом для составления сводной таблицы по стилям юмора в публичных выступлениях послужила классификация стилей юмора, разработанная Р. Мартином [15].

Таблица 3.1.

Стили юмора

Критерии	Юмор, адресованный себе	Юмор, адресованный другим
Мягкость, доброжелательность	Самоуничижительный юмор (self-deprecating humour)	Аффилиативный юмор (affiliative humour)
Агрессивность, жесткость, язвительность	Самоподдерживающий юмор (camarade -building humour)	Агрессивный юмор (agressive humour)

Проанализируем использование юмора в публичных выступлениях президента Российской Федерации В.В. Путина. За свою политическую карьеру (с конца 1990-х по настоящее время) В.В. Путин выступил с огромным количеством публичных речей и стал первым лидером страны, чье чувство юмора превратилось в объект обсуждения и как со стороны различных политиков, так и со стороны простых людей. Шутки и юмор В.В. Путина давно разошлись на цитаты.

Пример: на встрече с прессой после переговоров с президентом Италии Серджо Маттареллу 11 апреля 2017 В.В. Путин, высказывая свое отношение к обвинениям со

стороны западных политиков в применении химического оружия в Сирии, использовал фразу «Скучно, девочки» [6].

«Это мне сильно напоминает события 2003 года, когда представители Соединенных Штатов в Совете безопасности показывали якобы химическое оружие, обнаруженное в Ираке. После этого началась кампания в Ираке военная, а закончилась она разрушением страны, ростом террористической угрозы и появлением ИГИЛ (запрещенная в РФ организация) на международной сцене – ни больше, ни меньше. Все то же самое происходит сейчас, и опять партнеры кивают. Я вспоминаю в этой связи наших замечательных писателей Ильфа и Петрова. Хочется сказать: **«Скучно, девочки»**. Это мы уже все видели, наблюдали», – заявил глава российского государства.

Как видим, шутка В.В. Путина представляет собой отсылку к фразе Остапа Бендера из «12 стульев» И. Ильфа и Е. Петрова, только ее характер получился более острым, поскольку «девушки» из оригинального текста были видоизменены в «девочек», слово, имеющее негативную коннотацию в русской культуре.

В интервью 11 апреля В.В. Путин раскритиковал неискренние и противоречивые действия НАТО, сравнив членов этой организации с «китайскими болванчиками». А, как известно, китайские болванчики представляют собой небольшие фигурки с мерно качающимися головами, как-бы в

знак согласия всему, о чем бы ни говорилось [9]:

«Совсем недавно мы были свидетелями нанесения ракетных ударов по Сирии Соединенными Штатами. Как отреагировали союзники по НАТО? Все кивают, *как китайские болванчики*, не анализируя ничего, что происходит. Где доказательства применения сирийскими войсками химического оружия? Их нет. А нарушения международного права есть. Это очевидный факт. Без санкции Совета Безопасности ООН наносится удар по суверенной стране. И, несмотря на это явное нарушение международного права, все согласны, принимают и начинают кивать и поддерживать», – заявил В.В. Путин.

Многие отечественные журналисты отмечают прямой, «солдатский» юмор президента РФ. Примером может послужить следующий отрывок из выступления на пресс-конференции 2013 года, обращенного к канцлеру Германии, Ангеле Меркель:

«Много всяких анекдотов можно привести на этот счет. Как бы ни действовать во время первой брачной ночи, результат должен быть один и тот же, понимаете?» (см. Приложение 1).

Проанализировав видеоматериал данного выступления, можно заметить неоднозначную реакцию А. Меркель. По мнению Р. Льюиса, немецкий язык лишен юмора в деловой обстановке, именно поэтому канцлеру Германии

сложно понять всю комичность ситуации.

Выступая на Петербургском международном форуме 2017 (ПМЭФ-2017), В.В. Путин тонко пошутил по поводу принятия американским президентом Д. Трампом решения о выходе из Парижского соглашения по борьбе с неблагоприятными климатическими условиями, отметив, что у России теперь есть возможность свалить на Америку природные катаклизмы в Москве:

«Кстати говоря, мы должны быть благодарны президенту Трампу, сегодня в Москве, говорят, снег даже был, здесь — дождь, холодина такая. Теперь можно все свалить на него и на американский империализм. Но мы этого делать не будем» [19].

Таким образом, можно сделать вывод об умении российского лидера использовать юмор в своих публичных выступлениях. Анализ оставшихся примеров будет приведен далее в сводной таблице.

Обратимся к анализу публичных выступлений американского политического и военного деятеля Р. Гейтса. Анализируемая публичная активность Р. Гейтса охватывает период времени апреля 2008 года по февраль 2012 года. Характер шуток политика менялся в зависимости от следующих факторов: от контекста ситуаций местоположения, аудитории, позиция, занимаемая политиком. В качестве примера приведем выступления политика, которые обра-

щены к студентам – гражданским или же курсантам. На лекции в академии «Вест Пойнт», Р. Гейтс ссылаясь на общие с курсантами интересы, отмечает:

«When we last played in San Antonio two years ago, you all took ten years off my life -something I can't afford» [44].

Во время публичного выступления на ежегодной конференции в центре «Оксфорд Аналитика», Р. Гейтс вспоминает о временах бывших премьер-министров Великобритании М. Тэтчер и У. Черчилля:

«Almost all the food faddists I have ever known, nut-eaters and the like, have died young after a long period of senile decay. The British soldier is far more likely to be right than scientists are. All he cares about is beef ... The way to lose the war is to try to force the British public into a diet of milk, oatmeal, potatoes, etcetera, washed down on gala occasions with a little lime juice» [40].

Данный пример иллюстрирует то, как Р. Гейтс использует самоуничижительный юмор для того, чтобы расположить к себе публику, высмеивая американцев. Цитируя У. Черчилля, Р. Гейтс демонстрирует долгую и крепкую дружбу между нациями, упоминая о том, что У. Черчилль был наблюдательным, называя некоторые обычаи американцев:

«...our kinsmen from across the ocean» [40].

Таким образом, шутка описывает некоторые странности американской культуры:

«He groused famously about the United States: the “toilet paper too thin, the newspaper’s too fat!” As you would imagine, he didn’t care for Prohibition – it was, he said, an “amazing exhibition” of “arrogance” and “impotence.”» [40].

Использование инклюзивного местоимения «we», предают данному высказыванию комичность:

«Frankly,” he jokes, “it is also a pleasure to be outside of the United States during our presidential campaign. We Americans, as a people, get a little strange every four years. President Truman, at Oxford to receive an honorary degree, remarked on this, noting that ‘in election years we behave somewhat as primitive peoples do at the time of the full moon» [40].

Обращаясь к студентам в академии ВВС США, Р. Гейтс высмеивает свой собственный опыт. Во время лекции бой-скаутам, Гейтс рассказывает смешные истории из прошлого о том, что когда-то сам жил в Техасе, а также о том, как когда-то был скаутом.

Так же во время публичного выступления «Военно-морской академии», Р. Гейтс шутит о размерах Пентагона, проводя параллель с бюрократией:

«Some of you may have already heard the jokes and stories from your instructors about the sheer size of the

building and the bureaucracy» [44].

Во время публичного выступления, посвященного его уходу с поста министра обороны, можно встретить следующие шутки:

«Finally, as I was contemplating this moment, I thought about something my wife Becky told me in January 2005, when I was asked to be the first Director of National Intelligence. I was really wrestling with the decision and finally told her she could make it a lot easier if she just said she didn't want to go back to D.C. » [37].

Самоуничижительный юмор, при помощи которого Р. Гейтс высмеивает как себя, так и Америку, играет важную роль, т.к. его использование позволяет минимизировать дистанцию между публикой и оратором.

Р. Тамборини и Д. Зильманн утверждают, что данный вид юмора способствует симпатии и высоким рейтингам среди людей одного и того же пола [33]. Их выводы объясняют высокий рейтинг Р. Гейтса среди студентов, курсантов или бой-скаутов:

«Ben, as kind of a short guy myself, I tell you stature is about character, not about height» [36].

Данный пример из инаугурационной речи показывает обратное: «I parked the bus behind Bryan Dorm - a source of many adventures, most not repeatable in polite company» направлен на то, чтобы расположить и завоевать внимание среди женщин [32].

Таким образом, проанализировав выступления Р. Гейтса, можно проследить закономерность употребления средств юмора: начало выступления содержит наибольшее количество шуток, затем политик переходит к серьезным темам. Ниже приведены статистические данные употребления шуток в некоторых выступлениях Р. Гейтса.

Таблица 3.2.

Частотность использования юмора в публичных выступлениях Р. Гейтса

Название публичного выступления (ПВ)	Всего	В начале ПВ	Последующие примеры в ПВ
Инаугурационная речь	6	6	0
ПВ на ежегодной конференции в центре «Оксфорд Аналитика»	6	4	2
Лекция в академии «Вест Пойнт»	6	6	0
Лекция в «Бой скауты Америки»	5	4	1
Лекция в академии ВВС США	9	6	3
ПВ в военно-морской академии	2	2	0

Продолжение таблицы 3.2.

Лекция в «Университе Дьюка»	4	4	0
-----------------------------	---	---	---

Таким образом, проанализированные публичные выступления Р.Гейтса позволяют нам сделать следующие выводы:

- в своих речах Р. Гейтс использует несколько видов юмора;
- использования юмора в публичных выступлениях Гейтса зависит от таких факторов, как: целевая аудитория; место проведения публичного выступления; роль, которую играет выступающий;
- объектом насмешек является американский быт, культура, неудачи.

Обратимся к исследованию использования юмора в речах известного английского государственного и политического деятеля У. Черчилля.

Проанализировав видеоматериал публичных выступлений У. Черчилля, можно заметить следующее:

- отсутствие улыбки во время шуток;
- У. Черчилль прибегает к самоуничижающей форме юмора, высмеивая как себя, так других людей («the poor little English donkey» (говорит он о себе).

Как и положено английской культуре, при всей их чопорности, шутки бывают язвительные, и порой грубые.

При использовании юмора, основные средства, которым пользуется У. Черчилль следующие:

- ирония;
- сарказм;
- сравнение;
- метафора.

Видеоматериалы с выступлениями У. Черчилля дают представления о его ораторском стиле. Остроты, готовность к самоиронии, насмешливый взгляд на человеческую комедию, афоризмы и шутки У. Черчилля вызывают у публики приступы смеха и действуют убедительно.

Подводя итог всему вышесказанному, представим полученные результаты анализа стилей юмора в русской, американской и английской культурах в таблице, где SD обозначает самоуничижительный стиль юмора (Self-Deprecating humour), CB обозначает самоподдерживающий стиль юмора (Comarade-Building humour). Af обозначает аффилиативный стиль юмора (Affiliative humour), а Ag обозначает агрессивный стиль юмора (Agressive humour)

Таблица 3.3.

Юмор в публичных выступлениях В.В.Путина, Р.Гейтса, У.Черчилля

№	Вид публичного выступления (ПВ)	Дата ПВ	Место ПВ	Роль говорящего	Публика	Стиль юмора
Р. Гейтс						
1	Лекция в академии «Вест Пойнт»	21.04.08	Нью-Йорк	Министр Обороны	Студенты	SD AF
2	ПВ на ежегодной конференции в центре «Оксфорд Аналитика»	19.09.08	Великобритания, Бленхеймский дворец	Министр Обороны	Гражданские лица	CB AF

Продолжение таблицы 3.3.

3	Публичное выступление [35]	6.01.09	Вашингтон, Ди-Си	Министр Обороны	Военные и политические деятели	СВ AF
4	Лекция в академии ВВС США [41]	2.04.10	Колорадо	Министр Обороны	Студенты	СВ AF
5	Публичное выступление Лекция в «Университ Дьюка» [39]	29.09.10	Дурхам, Северная каролина	Министр Обороны	Студенты	СВ AF
6	Лекция в «Бой скауты Америки»	3.03.11	Даллас, Техас	Министр Обороны	Бой-скауты, гражданские лица	SD AF

Продолжение таблицы 3.3.

7	Публичное выступление	7.05.11	Пульман, Вашингтон	Министр Обороны	Студенты	SD AF
8	Публичное выступление [38]	19.05.11	Канзас	Министр Обороны	Гражданские лица	CD AF
9	ПВ в военно-морской академии [43]	27.05.11	Анаполис, Мэрилэнд	Министр Обороны	Студенты	CB AF
10	Публичное выступление	14.06.11	Вашингтон, Ди-Си	Министр Обороны	Военные и политические деятели	CB AF
11	Публичное выступление [37]	30.06.11	Вашингтон, Ди-Си	Министр Обороны	Военные деятели	CB AF
12	Публичное выступление	22.09.11	Филадельфия	Гражданское лицо	Гражданские лица	CB AF

Продолжение таблицы 3.3.

13	Иннаугурационная речь	3.02.12	Уильямсбург, Виргиния	Ректор в колледже «Колледж Вильгельма и Мэри»	Студенты	SD AF
В.В. Путин						
14	Публичное выступление [6]	21.06.16	Санкт-Петербург	Президент	Участники форума	Ag CB
15	ПВ на заседании «Арктика – территория диалога» [14]	30.03.17	Архангельск	Президент	Политические деятели, участники форума, пресса	CB Af

Продолжение таблицы 3.3.

16	Публичное выступление	10.04.17	Москва, Кремль	Президент	Пресса	Ag СВ
17	Публичное выступление [9]	11.04.17	Киргизия Телерадиостанция «Мир»	Президент	Гражданские лица	Ag СВ
18	ПВ ПМЭФ 2017 [19]	1- 3.06.17	Санкт-Петербург	Президент	Политические деятели, участники форума, пресса	Ag СВ

Продолжение таблицы 3.3.

У. Черчилль						
19	Публичное выступление	5.10.38	Премьер-министр	Палата Общин Великобритании, Лондон	Политические и военные деятели	СВ Ag
19	Радиовыступление	21.10.40	Премьер-министр	Лондон	Гражданские лица	СВ Af
22	Радиовыступление	21.10.40	Премьер-министр	Лондон	Гражданские лица	СВ Ag
20	Радиовыступление	9.02.41	Премьер-министр	Лондон	Гражданские лица	СВ Af

Продолжение таблицы 3.3.

23	The Diaries and Letters of Violet Bonham-Carter Письмо (после состоявшейся конференции)	1.08.44	Премьер-министр	Лондон	Violet Bonham-Carter	SD Af
24	Публичное выступление	31.10.44	Премьер-министр	Палата Общин Великобритании Лондон	Политические и военные деятели	СВ Ag

Исследовав публичные выступления трех политиков, представляющих разные культуры, можно прийти к следующим выводам:

1. Главной особенностью национального юмора в русской культуре является высмеивания уровня жизни, уход от реальной ситуации, как в государстве, так и в семье. Используя юмор, представители русской культуры порой агрессивны и грубы, самоироничны. В шутках русского человека много сравнений, метафор, аллюзий, а также фоновых знаний. В деловом общении принято улыбаться, хотя в повседневной жизни представители русской культуры улыбаются редко.

2. Среди особенностей национального юмора американцев можно выделить следующее:

- улыбка, выражающая вежливость и располагающая аудиторию;
- юмор носит положительный характер, толерантен ко всем социальным группам. Так же стоит отметить, что в юморе не так часто используются фигуры речи, как средства;
- комический эффект достигается с помощью веселых историй из прошлого, сравнения и иронии;
- еще одним важным фактором является высмеивание себя, своего опыта из жизни, что помо-

гает сократить дистанцию между оратором и публикой;

3. Главной особенностью английского юмора является острота и язвительность. Комический эффект достигается с помощью самоиронии, сравнения, а также использования метафор. Хотя англичане используют улыбку в качестве знака уважения, но шутят они с серьезным выражением лица.

Выводы по главе 3

Изучив природу юмора, проанализировав основные подходы к изучению этого явления в работах Ч. Дарвина, Э. Канта, З. Фрейда, Платона и Аристотеля можно сделать следующие выводы:

1. Юмор направлен на реализацию определенных задач, которые преследуются оратором. Так, Т.В. Иванова выделяла две основные функции юмора: средство нападения и средство установления контакта, что отчетливо подчеркивается во второй части работы, при анализе публичных выступлений.

2. Наряду с этим необходимо отметить, что юмор имеет свои особенности в зависимости от нации. Так как у каждого народа есть своя модель коммуникативного поведения.

3. Вместе с тем следует подчеркнуть важность того факта, что в публичных выступлениях юмор является важным компонентом, и в большинстве случаев, выполняет функцию установления контакта с публикой.

В данной главе были проанализированы публичные выступления трех публичных лидеров из разных стран. Стоит отметить, что для каждого лидера свойственен свой стиль введения беседы с публикой:

– Так, например, в России принято высмеивать политическую, социальную, экономическую ситуацию в

стране. Хотя, юмор представителя русской культуры является безобидным. Однако, как показывают примеры, иногда он является агрессивным и высмеивает пороки других стран.

– Юмор в жизни представителей английской культуры играет важную роль. Как показывает анализ, ораторская речь У. Черчилля полна красноречивых сравнений, метафор и гипербол.

– Американский юмор носит бытовой характер. Он безобиден, так как в стране повышенное внимание к толерантности. Чаще всего это аффилятивный юмор.

Из изученных видеоматериалов можно так же оценить, роль улыбки в выступлениях представителей разных культур. Проанализировав коммуникативное поведение представителей вышеперечисленных стран, мы пришли к выводу, что в русской культуре деловая улыбчивость отсутствует, а в американской и английской культуре является неотъемлемой частью общения. Однако в ходе эмпирических исследований на основе публичных выступлений нами были сделаны следующие выводы:

1. В России, где в повседневной жизни не принято улыбаться, в деловом общении улыбка приветствуется, но она не всегда выражает дружелюбие.

2. Представителем английской культуры наоборот, так же, как и американцем свойственно улыбаться просто из вежливости. Однако во время выступлений представители

английской культуры редко использует улыбку, предпочитая оставаться серьезным.

Исходя из параметрической модели поведения, так же можно сделать вывод, что следующие параметры национального поведения представителей русской, американской и английской культур являются показательными для роли и функции юмора:

- стремление к неформальному поведению;
- стремление к достижению компромисса;
- деловая вежливость;
- использование смены темы;
- уровень доверия к устной речи;
- доля формального общения;

Представители русской культуры имеют низкий показатель по данным параметрам, отсюда следует сделать вывод, что в русской культуре к юмору относятся как к серьезному явлению, способному повлиять на ход публичного выступления, на внимание аудитории, а также на сокрытие нежелательной информации.

В то же время для английской и американской культуры юмор используют больше для снижения дистанции между говорящими, снятия напряжения аудитории.

Именно поэтому, исходя из эмпирических исследований, можно сказать, что в русской культуре юмор чаще направлен на других, носит агрессивный характер, а в английской и американской культуре юмор чаще всего

направлен на себе.

Так, по мнению Т.В. Ивановой юмор выполняет четыре основные функции. Рассматривая публичные выступления В.В. Путина можно заключить, что юмор выполняет следующие функции:

- оружие;
- щит, за которым можно скрыть свое отношение, мнение, состояние;

В английской и американской культуре юмор, исходя из работ Т.В. Ивановой, выполняет функцию установления контакта между оратором и аудиторией при передаче информации.

В связи с этим, данные эмпирических исследований показывают разницу в том, как национальное коммуникативное поведение влияет на роль юмора в деловом общении, на его характер и функции. Однако, используя юмор можно как ухудшить общение, так и разредив обстановку, наладить контакт с аудиторией, или же скрывая ненужную информацию, использовать юмор против собеседника.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теоретический анализ литературы показывает, что проблема рассматривалась достаточно широко. Однако, существует целый ряд вопросов, связанных с особенностями делового общения, которые остаются мало разработанными. К этим вопросам можно, прежде всего, отнести особенности юмора в сфере делового общения различных культур.

В процессе написания теоретической части мы пришли к выводу, что на эффективность процесса общения в межкультурной коммуникации влияет не только языковые барьеры, но и другие факторы, которые могут привести к коммуникативным сбоям. Выделяют следующие факторы, влияющие на процесс общения: коммуникативные помехи, ошибки и барьеры.

Рассмотрев два уровня межкультурной коммуникации, мы выделили институциональный, так как деловое общение относится к данному уровню межкультурной коммуникации и является ключевым моментом в нашем исследовании. Проанализировав помехи и барьеры на этом уровне, мы пришли к выводу, что помехи коммуникации от барьеров отличаются тем, что помехи не прерывают процесс коммуникации, а лишь несколько снижают его качество. Барьеры же препятствуют взаимодействию участников коммуникации и не допускают их адекватного взаимопонимания.

Изучив формы и виды общения, выделили деловое

общение как один из видов. После рассмотрения видов, форм и структуры делового общения был сделан вывод, что деловое общения — это сложный процесс взаимодействия людей в профессиональной сфере.

Стоит так же отметить, что публичные выступления могут выступать как самостоятельный вид делового общения, так и часть другого вида делового общения.

Проанализировав национальное коммуникативное поведение представителей американской, английской и русской культуры были выделены доминантные черты делового общения в каждой из культур.

Так же нами были проанализированы основные подходы к природе юмора, которые обоснованы в работах Платона, Аристотеля, З. Фрейда, Э. Канта, Ч. Дарвина.

Рассмотрев виды юмора, а также проанализировав функции юмора, был сделан вывод, что юмор употребляется всегда целенаправленно. С одной стороны, юмор служит оружием, направленным на определенный объект, с другой стороны юмор может быть направлен на преодоление дистанции в процессе делового общения, а также на снятия напряжения.

Проанализировав юмор в американской, английской и русской культурах, можно сделать вывод, что для каждой культуры свойственен особенный характер

юмора, который обусловлен особенностями коммуникативного поведения. Однако, исходя из анализа, юмор в деловом общении приветствуется в каждой культуре, но преследует разные цели и функции.

В процессе эмпирических исследований были сделаны следующие выводы:

1. Юмор в публичных выступлениях разных культур выполняет разные функции, реализуя цели оратора: Так, например, в выступлениях В.В. Путина ввремя ПМЭФ– 2017 (Петербургский международный экономический форум), присутствует агрессивный юмор, направленный на сокрытие нежелательных фактов в политической системе России.

2. Юмор в публичных выступлениях исследуемых культур в целом содержит в себе позитивный характер, направлен на разрядку негативной обстановки, а также на преодоления дистанции между собеседниками.

3. Представителям американской культуры не свойственно употреблять в речи юмор, который оскорбляет чувства какой-либо социальной группы или нации.

4. Юмор в публичных выступлениях У. Черчилля носит язвительный, и порой грубый характер. Однако согласно изученному видеоматериалу заметно, насколько данный вид юмора популярен среди публики.

Стоит так же отметить, что самоуничижительный юмор является хорошим средством, чтобы привлечь людей

того же пола. Именно поэтому в своих выступлениях Р. Гейтс использует этот вид юмора.

Среди средств, которые помогают достигнуть комического эффекта, были выделены: ирония, сарказм, сравнение, метонимия. Также в американской культуре принято рассказывать смешные истории из личного опыта.

В процессе данного исследования были реализованы следующие цели:

1. Изучена проблематика межкультурной коммуникации. Рассмотрены барьеры и коммуникативные ошибки, помехи, которые приводят к коммуникативным сбоям.

2. Проанализированы особенности делового общения и коммуникативного поведения в исследуемых культурах. Выявлены доминантные черты каждой из культур.

3. Рассмотрено понятие юмор и определены основные функции этого явления.

4. Проанализирован юмор в деловом общении представителей американской, русской и английской культур.

В процессе исследования мы пришли к выводу, что в данном вопросе юмор выделяют как барьер общения, однако в деловом общении юмор порой играет важную роль в установлении контакта с публикой. Таким образом, для успешного использования юмора в межкультурной коммуникации необходимо обращать внимание на такие факторы,

как место и аудитория.

По данным исследования, приведенные выше факторы являются важными для эффективного процесса общения.

Список использованных источников

1. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высш. учеб. завед. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 290 с.
2. Арустамян Д.В., Байкова Е.Д. Межкультурное общение как процесс межличностного взаимодействия // Молодой ученый. – 2014. – №1 – С. 734-736.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения: учеб. пособие. – М.: ИНФРА_М, 1999. – 224 с.
4. Глинка К. Теория Юмора [Электронный ресурс] / Независимый альманах «Лебедь». – URL <http://lebed.com/2004/art3865.htm> (дата обращения: 10.02.2017).
5. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. - репр. воспроизв. изд. 1912-1914. – М.: Цитадель, 1998.
6. Заявления для прессы по итогам встречи с президентом Италии Серджо Маттареллой [Электронный ресурс] / Президент России. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54267> (дата обращения: 08.04.2017).
7. Зельдович Б.З. Деловое общение: учеб. пособие. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007. – 456 с.
8. Иванова Т.В. Юмор – это серьезно [Электронный ресурс] – URL: <http://psyforyou.narod.ru/articles.html> (дата обращения: 10.02.2017).
9. Интервью телерадиокомпании «Мир» [Электронный ре-

сурс] / Президент России. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54271> (дата обращения: 08.04.2017).

10. Культура взаимопонимания и взаимопонимание культур: коллективная монография: в 2-х ч. Ч. 1 / ред. Л.И. Гришаева, М.К. Попова. – Воронеж: Воронежский гос. университет, 2004. – 219 с.

11. Леонтович О.А. Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию: учеб. пособие. – Волгоград: Перемена, 2003. – 399 с.

12. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе: От столкновения к взаимопониманию: пер с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с.

13. Мартин Р. Психология юмора / Пер. с англ. под ред. Л.В. Куликова. – СПб.: Питер, 2009. – 480 с.

14. Международный форум «Арктика – территория диалога» [Электронный ресурс] / Президент России. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54149> (дата обращения: 08.04.2017).

15. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь – 3-е изд., перераб. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.

16. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: ок.10000 слов, терминов и фразеологических выражений / под. ред. проф. Л.И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: ООО «Издательство «Мир и Образование»: ООО «Издательство Оникс», 2012. – 1376 с.

17. Панфилова А.П. Психология общения: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 368 с.
18. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б.М. Бим-Бад. – М.: Большая рос. энцикл., 2002. – 528 с.
19. Пленарное заседание Петербургского международного экономического форума [Электронный ресурс] / Президент России. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54667> (дата обращения: 08.04.2017).
20. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальное сознание: вопросы теории и методологии. – Воронеж: Изд-во Воронежского МИОН, 2002. – 151 с.
21. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 238 с.
22. Садохин А.П. Межкультурные барьеры и пути их преодоления в процессе коммуникации // Обсерватория культуры. – 2008. – №2. – С. 26-32.
23. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высш. шк., 2005. – 310 с.
24. Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского коммуникативного поведения. – Воронеж: изд-во «Истоки», 2003. – 185 с.
25. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.

26. Сорокина А.В. Основы делового общения: конспект лекций. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 224 с.
27. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие. – М.: Слово/Slovo, 2008. – 264 с.
28. Томская М.В., Маслова Л.Н. Институциональная коммуникация в лингвистических исследованиях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2010. – №18 (597). – С. 17-27.
29. Тонкий английский юмор [Электронный ресурс] / Fenglish – Увлекательный английский. – URL: <http://fenglish.ru/tonkij-anglijskij-yumor/> (дата обращения: 31.05.2017).
30. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М.: Издательский дом «Социальные отношения», изд-во «Перспектива», 2002. – 248 с.
31. Cambridge dictionary [Электронный ресурс] – URL: <http://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения: 10.04.2017).
32. Charter Day remarks by Chancellor Robert M. Gates'65 [Электронный ресурс] / William and Mary. – URL: <http://www.wm.edu/news/stories/2012/robert-gates-charter-day-remarks123.php> (дата обращения: 05.04.2017).
33. Hoang N.H.P. The use of humour in EFL teaching: A case study of Vietnamese university teachers and students perceptions and practices [Электронный ресурс] – Систем. требования: Acrobat Reader. – URL: <http://www.canberra.edu.au/researchrepository/file/f6fd3a90-c261-4768-9650-556354aac708/>

1/full_text.pdf (дата обращения: 22.05.2017).

34. Krichtafovitch I. Теория юмора [Электронный ресурс] – URL: <http://www.humorththeory.com/index.php/teoriya-yumor/464> (дата обращения: 02.03.2017).

35. Secretary of Defense Speech: Armed Forces Farewell to the President of the United States [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/Speeches/Speech.aspx?SpeechID=1334> (дата обращения: 05.04.2017).

36. Secretary of Defense Speech: Circle Ten Council (Boy Scouts) [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/speeches/speech.aspx?speechid=1542> (дата обращения: 05.04.2017).

37. Secretary of Defense Speech: Farewell Parade [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/speeches/speech.aspx?speechid=1591> (дата обращения: 05.04.2017).

38. Secretary of Defense Speech: Fort Riley Elementary School Groundbreaking [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/Speeches/Speech.aspx?SpeechID=1569> (дата обращения: 05.04.2017).

39. Secretary of Defense Speech: Lecture at Duke University [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/Speeches/Speech.aspx?SpeechID=1508> (дата обращения: 05.04.2017).

40. Secretary of Defense Speech: Oxford Analytica [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/Speeches/Speech.aspx?SpeechID=1280> (дата обращения: 05.04.2017).
41. Secretary of Defense Speech: United States Air Force Academy Lecture [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/Speeches/Speech.aspx?SpeechID=1443> (дата обращения: 05.04.2017).
42. Secretary of Defense Speech: United States Air Force 60th Anniversary [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/Speeches/Speech.aspx?SpeechID=1176> (дата обращения: 05.04.2017).
43. Secretary of Defense Speech: United States Naval Academy Commencement [Электронный ресурс] / US Department of Defense. – URL: <http://archive.defense.gov/speeches/speech.aspx?speechid=1574> (дата обращения: 05.04.2017).
44. Text of Secretary of Defense Robert Gates' Speech at West [Электронный ресурс] / Stars and Stripes. – URL: <https://www.stripes.com/news/text-of-secretary-of-defense-robert-gates-speech-at-west-point-1.77986#.WUDNFpLyjIU> (дата обращения: 05.04.2017).

ПВ В.В. Путина

А. Меркель: Мы специально привлекли МВФ, создали программы для стран, где наблюдались трудности, привлекли экспертов из международного сообщества. Однако в таких странах, как Греция, до сих пор не идет речь о масштабных реформах, например, в налогообложении или приватизации. Я хочу, чтобы Европа была конкурентоспособной, и поэтому нам приходится порой излишне строго относиться друг к другу.

В. Путин: Я согласен с госпожой федеральным канцлером. Она знает мою позицию. *Думаю, что такой подход, когда мы, прежде чем что-то вливать, какой-нибудь мед или икру в бочку, должны убедиться, что там все в порядке, весь этот приятный товар никуда исчезать не будет.* Вот это самое главное. И у нас в России тоже для этого еще много нужно сделать.

А. Меркель: Конечно, каждая страна Евросоюза может внести свой специфический вклад. Я не против какой-то новой общей модели, однако считаю, что центрального или единого государства пока не будет.

В. Путин: Вот это центральный вопрос, который вы задали. Госпожа федеральный канцлер высказалась очень аккуратно. А я позволю взгляд со стороны. Ведь не может эффективно работать единая валютная зона без единой бюд-

жетной, фискальной политики и без единой макроэкономической политики. Особенно, если членами этого союза являются субъекты с разным уровнем экономического развития. Поэтому как это будет сделано: либо будет создаваться объединенная государственная структура (Соединенные штаты Европы), либо это будет делаться на основе отдельных договоров и соглашений – знаете, это все равно. ***Важен результат. Много всяких анекдотов можно привести на этот счет. Как бы ни действовать во время первой брачной ночи, результат должен быть один и тот же.***

Источник: Газета Коммерсантъ №107

URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2218302> (дата обращения: 08.04.2017).

Анализируемые шутки из ПВ У. Черчилля

1) «К французскому народу», 21 октября 1940 г., выступление по радио на английском и французском языках:

«Herr Hitler with his tans and other mechanical weapons, and also by Fifth Column intrigue with traitors, has managed to subjugate for the time being most of the finest races in Europe, *and his little Italian accomplice is trotting along hopefully and hungrily, but rather wearily and very timidly, at his side*».

Источник: [Электронный ресурс]

URL: https://play.spotify.com/track/2ReqeLdjNKPaEss-qNeHWzm?play=true&utm_source=open.spotify.com&utm_medium=open (дата обращения: 10.04.2017)

2) «Дайте нам пушки, и мы закончим дело», 9 февраля 1941 г., радиовыступление в Лондоне:

«One of the two Dictators – the crafty, cold-blooded, black-hearted Italian, who had thought to gain an Empire on the cheap by stabbing fallen France in the back – *got into trouble. Without the slightest provocation, spurred on by lust of power and brutish greed, Mussolini attacked and invaded Greece, only to be hurled back ignominiously by the heroic Greek Army; While Signor Mussolini was writhing and smarting under the Greek lash in Albania*».

Источник: [Электронный ресурс]

URL: <https://www.winstonchurchill.org/resources/speeches/1941-1945-war-leader/give-us-the-tools> (дата обращения: 10.04.2017)

3) «A total and unmitigated defeat», 5 October 1938, Houses of Commons:

«Silent, mournful, abandoned, broken, Czechoslovakia recedes into the darkness. She has suffered in every respect *by her association with the Western democracies and with the League of Nations, of which she has always been an obedient servant. She has suffered in particular from her association with France...*»

Источник: [Электронный ресурс]

URL: <https://www.nationalchurchillmuseum.org/disaster-of-the-first-magnitude.html> (дата обращения: 10.04.2017)

4) «Tyrant» – «Victim» («Тиран» – «Жертва»). «Dieu Protégé la France», October 21, 1940, Broadcast, London:

«*They both wish to carve up France and her Empire as if it were a fowl; to one a leg; to another a wing or perhaps part of the breast. Not only will the French Empire be devoured by these two ugly customers...*»

Источник: [Электронный ресурс]

URL: https://play.spotify.com/user/per.paulsson/playlist/7DY-UXB3o6IIPHFb3xK1nAJ?play=true&utm_source=open.spotify.com&utm_medium=open (дата обращения: 10.04.2017)

5) Churchill to Violet Bonham-Carter several months after the Conference, in her diary entry for 1 August 1944, *Champion Redoubtable: The Diaries and Letters of Violet Bonham-Carter, 1914-45*:

«When I was at Teheran, I realized for the first time what a very small country this is. *On one hand the big Russian bear with its paws outstretched – on the other the great American Elephant – & between them the poor little English donkey – who is the only one that knows the right way home*».

Источник: [Электронный ресурс]

URL: https://play.spotify.com/user/per.paulsson/playlist/7DY-UXB3o6IIPHFb3xK1nAJ?play=true&utm_source=open.spotify.com&utm_medium=open (дата обращения: 10.04.2017)

6) House of Commons, 31 October 1944:

«At the bottom of all the tributes paid to *democracy is the little man, walking into the little booth, with a little pencil, making a little cross on a little bit of paper—no amount of rhetoric or voluminous discussion can possibly diminish the overwhelming importance of that point*».

Источник: [Электронный ресурс]

URL: <https://richardlangworth.com/worst-form-of-government> (дата обращения: 10.04.2017)