

Межкультурная коммуникация в «языковых» мессенджерах

Intercultural communication in "language" messaging

Петровская О.А.

старший преподаватель Кубанского государственного технологического университета
e-mail: aksiniya-33@mail.ru

Petrovskaya O.A.

Senior lecturer of Kuban State Technological University
e-mail: aksiniya-33@mail.ru

Шевцов Ю.Р.

студент Кубанского государственного технологического университета
e-mail: joura1999@mail.ru

Shevtsov Yu. R.

Student of Kuban State Technological University
e-mail: joura1999@mail.ru

Аннотация

Рассмотрены основные особенности, характерные для межкультурной Интернет-коммуникации. Проведен контент-анализ отзывов пользователей «языковых» мессенджеров. Рассмотрены основные недостатки таких приложений на основе анализа отрицательных комментариев пользователей. Выявлены основные преимущества «языковых» мессенджеров для межкультурной коммуникации при рассмотрении положительных отзывов. Реализовано включенное наблюдение в одном из таких приложений, в ходе которого было выявлено снижение языкового барьера при коммуникации на иностранном языке. Проведен опрос пользователей мессенджера с использованием трех самых распространенных международных языков. Были получены ответы, содержащие основные стереотипы и представления иностранцев о русских. Прослежена динамика изменения образа русских после начала использования одного из таких «языковых» мессенджеров иностранцами пользователями. Сделаны выводы о возможности применения данных приложений для опроса иностранцев.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, «языковые» мессенджеры, барьеры коммуникации, стереотипы, «дестереотипизация».

Abstract

The main features characteristic of intercultural Internet communication are considered. The content analysis of user reviews of "language" messengers was carried out. The main disadvantages of such applications based on the analysis of negative user comments are considered. The main advantages of "language" messengers for intercultural communication when considering positive feedback are revealed. An included observation was implemented in one of these applications, during which a decrease in the language barrier during communication in a foreign language was

revealed. A survey of users of the messenger using the three most common international languages was conducted. The answers containing the main stereotypes and representations of foreigners about Russians were received. The dynamics of changing the image of Russians after the start of using one of these "language" messengers by foreign users is traced. Conclusions are drawn about the possibility of using these apps for the survey of foreigners.

Keywords: intercultural communication, " language " messengers, communication barriers, stereotypes, «destereotypization»

Начало XXI в. охарактеризовалось ростом коммуникации в сети Интернет, так, если раньше абсолютно вся коммуникация осуществлялась вживую или хотя бы по телефону, то в наше время очень большой объем коммуникативных актов происходит в цифровой среде. То же самое можно говорить и про межкультурную коммуникацию, так Дэцидэма характеризует это как «информационную межкультурную коммуникацию, осуществляющуюся в "виртуальной реальности"» [1, с. 71]. Подтверждение тому, что и межкультурная коммуникация уходит в Интернет служит исследование Голдобиной В.В., Стеценко Т.И. 42% опрошенных общаются с иностранцами в сети [2, с. 45]. Помимо этого, этими же авторами отмечается одна из основных особенностей межкультурной коммуникации в цифровой среде – это полиэтничность [2, с. 46]. Так, одним из серьезнейших препятствий при взаимодействии представителей разных культур является языковой барьер, однако Интернет хотя бы частично уменьшает его, увеличивая при этом эффективность коммуникативных актов.

Одним из новейших способов межкультурной коммуникации в последнее время стали специально под это созданные мессенджеры. Каждый из них позиционирует себя по-разному, но при этом все они, по сути, выполняют одни и те же функции. Так, одними из самых популярных являются такие приложения как YoMe, который в Google Play идентифицировал себя как подходящее под категорию «стиль жизни» [3], Tandem и Speaky, утверждающие о том, что они выполняют образовательную функцию [4-5] и Hello Pal, что социальную [6]. Но, несмотря на это, каждая их категория и функция может быть перенесена и на другие схожие приложения-мессенджеры.

Первое, что стоит отметить – это то, что для межкультурной коммуникации в этих приложениях будут характерны такие же особенности как и для Интернет-коммуникации, т.е.:

- «линейность» коммуникации – адресант передает информацию адресату;
- «концентрированность» – информация может передаваться сразу большому массиву коммуникантов;

- коммуникация в Интернете интерактивнее, в следствие чего участник коммуникации может участвовать в нескольких коммуникативных актах одновременно;

- коммуникация в цифровой среде характеризуется особым использованием времени. Так, с одной стороны, коммуникация осуществляется быстрее, но с другой, характерными являются и не мгновенные ответы, а иногда и довольно длительные паузы;

- «минимизация» онлайн-коммуникации – языковые средства подчиняются принципу экономии, что выражается в сокращениях и т.п. [7, с. 284]. В научной литературе данную особенность характеризуют как аббревиацию, причем стоит отметить, что она включает в себя не только сокращение слово, согласно Е.Н. Галичкиной, сокращаются и словосочетания, а иногда даже целые предложения, например «TTYL = talk to you later» [8, с. 86].

Для того, чтобы лучше ознакомиться с особенностями специализированных мессенджеров для межкультурной коммуникации было решено провести контент-анализ комментариев данных приложений, поскольку кто как не пользователи знают о том, на что способна программа, которую они используют. Для анализа было взято 5 приложений, вышеперечисленные и дополнительно HelloTalk [9]. Причем изучались как негативные, так и положительные комментарии – по 10 каждого рода для каждого приложения. Отбор комментариев не был случайным – за основу были взяты самые актуальные и касающиеся последней версии приложений. Данное исследование проходило 9 декабря 2019 в два этапа: для начала была собрана база данных с комментариями, после чего уже непосредственно осуществлялся контент-анализ.

Так на основе отрицательных отзывов были выявлены основные проблемы, характерные для подобных приложений, которые представлены на рис. 1. И здесь заметно явное преобладание технических проблем, которым посвящены 88% негативных комментариев. К таким проблемам можно отнести: проблемы с доступом, торможения, вылеты из приложения, невозможность использования приложения и т.п.

На второй позиции располагаются финансовые проблемы, тема которых звучит в 22% отзывов. К этому типу проблем были отнесены случаи, когда пользователи жаловались на приложение и его финансовую политику, связанную по преимуществу с платными подписками, которые зачастую не оправдали ожидания покупателей. Ниже расположились функциональные проблемы (отсутствие переводчика, «мало возможностей») и «сексуальные» проблемы (домогательства, сексуальный контент в ленте), набравшие соответственно 12% и 8%.

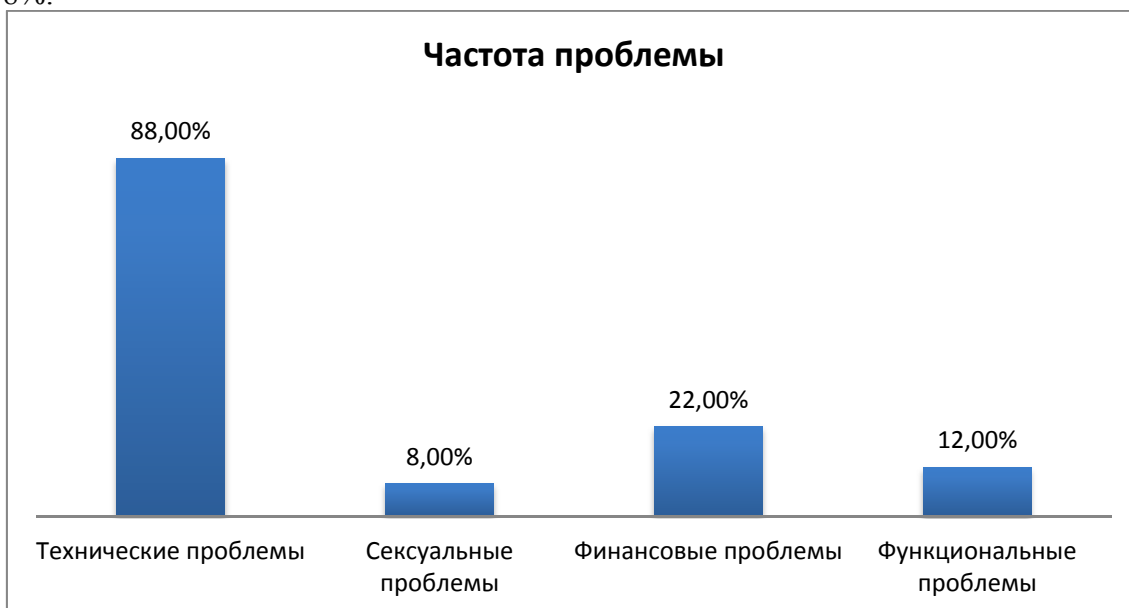


Рис. 1. Основные проблемы «межязыковых» мессенджеров

Однако стоит отметить, что подсчет определенных тезисов и тем проводился при суммировании отзывов разных приложений. Так, если техническая проблема – это общая беда, то сексуальная проблема является довольно локальной, так 75% отрицательных отзывов на данную тематику были написаны под приложением Hello Pal, что же касательно функциональной составляющей мессенджера, то тут явным лидером по числу недовольных было у YoMe.

Что же касается положительных особенностей данных приложений, то наиболее выраженными являются образовательная и социальная функция, так

большинство пользователей отмечают, что используют данные приложения для изучения языка(-ов) и общения с другими людьми, которых многие называли «друзьями». Технические достоинства также явились довольно популярными, так о них говорили треть пользователей (32%), в таких формулировках как «удобный интерфейс», «понравилась функция автоматического перевода» и т.п. И последняя по упоминаемости особенность – это экономия ресурсов: как денежных, так и временных, о ней говорили 8%.

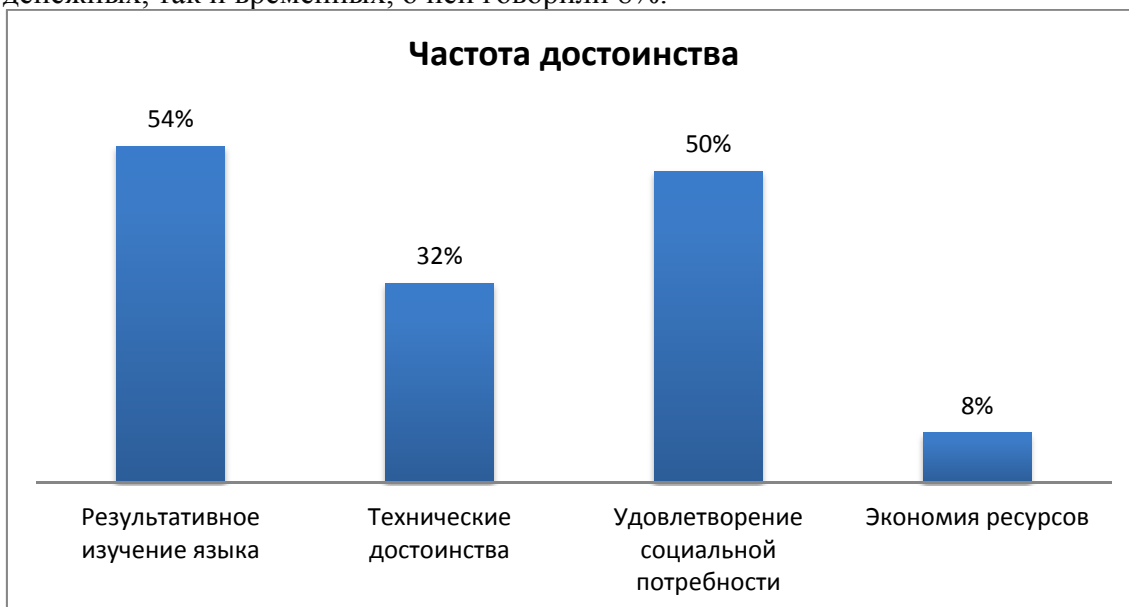


Рис. 2. Основные достоинства «межязыковых» мессенджеров

Стоит отметить, что если определенные отрицательные черты иногда были присущи конкретному приложению, то упоминаемые положительные черты зачастую можно отнести ко всем «межязыковым» мессенджерам. При этом эти закономерности можно проследить и в средней оценке приложения, так наименьший рейтинг как раз таки у приложения, в котором нередко встречались «сексуальные» проблемы – 3.4 балла (по 5-балльной шкале). Если же говорить о приложении YoMe, в котором чаще всего критиковали функциональность, то тут тоже можно говорить о логическом обосновании на основе того, что у данного приложения меньше всего скачиваний, а следовательно обратной связи он также получал еще значительно меньше остальных, так у него всего 3306 отзывов, тогда как у того же «проблемного» Hello Pal их уже свыше 22.5 тыс. Но тем не менее, несмотря на это у YoMe самая лучшая средняя оценка – 4.4, что может свидетельствовать о потенциале приложения.

Таким образом, можно говорить о следующих особенностях «языковых» приложений:

- результативность изучения иностранного языка, поскольку данные приложения способствуют развитию практических навыков владения языком;
- технические достоинства, поскольку такие приложения позволяют осуществлять межкультурную коммуникацию быстро, в любом месте (поскольку используется мобильный телефон) и удобно (поскольку не надо отдельно использовать словарь или переводчик);
- удовлетворение потребности в общении, так хоть это не основная функция приложения, но однако очень многие пользователи заводят в этом мессенджере друзей, а технические особенности позволяют сделать это возможным даже не особо владея языком;
- экономия ресурсов – данная особенность так же перекликается с техническими достоинствами, поскольку экономия времени осуществляется в

основном за счет этого, однако экономия денежных средств – это тенденция современного мобильного рынка, где основным способом заработка для разработчиков становится внедрение рекламы. Так, это скорее общая особенность современных мобильных приложений. Помимо этого можно также говорить, что основными функциями «языковых» мессенджеров являются образовательная и коммуникативная.

Вторая же часть исследования состояла из включенного наблюдения и опроса. В качестве поля для данного исследования было выбрано приложение Hello Talk, которое в некоторой степени можно оценить даже больше как социальную сеть, нежели как мессенджер. Основой для выбора данного приложения явилось самое большее число скачиваний – свыше 5 млн [9].

Так можно говорить о том, что происходило включенное наблюдение и опрос одновременно, поскольку в рамках проведения исследования можно было в большей степени ознакомиться с особенностями межкультурной коммуникации в «языковых» приложениях. Суть проверки приложения путем включенного наблюдения была в том, чтобы опрашивать иностранных пользователей на их языке, т.е. была проведена своеобразная проверка функционала приложения. Языками для проведения опроса стали 3 самых распространенных международных языка – английский, китайский и испанский. Однако опрос проводился и на русском языке, таким образом, 5 чел. от каждого языка опрашивались на русском и 5 на родном языке. В итоге было опрошено 30 чел. и по 10 от каждой группы.

Первое, на что стоит обратить внимание, низкий процент ответов, так из 77 сообщений не остались без ответа лишь 33. При этом наибольший процент «невозврата» среди англоговорящих пользователей приложения – у них, чтобы получить 10 ответов, пришлось написать 34 пользователям приложения. Самый же высокий процент «возврата» среди китайцев, так всего 7 сообщений из 18 не получили ответа.

Если же переходить к самим результатам, то тут, по сути, проводилось изучение сразу двух концептов – во-первых, языковой барьер, т.е. помогало ли приложение осуществить результативную коммуникацию, результативной при этом считалась любая коммуникация, в результате которого был понят вопрос и дан ответ, который также был понят, это происходило путем своеобразного «включенного наблюдения». Во-вторых, стереотипы, а точнее дестереотипизация, т.е. существовали ли у респондента какие-либо стереотипы о русских, и изменилось ли его представление о них после начала использования приложения. Основой для этого послужило предыдущее исследование, в ходе которого изучались стереотипы в межнациональных отношениях, и была замечена трансформация образа русских у некоторых пользователей, например «... я думала, что Россия холодная и депрессивная страна ... очень строгая структура, а русские невеселые и злые люди... Сейчас я думаю, что это прекрасная страна, холодная, но красивая. А люди еще красивее. И при этом добрые и полезные. Но только, кажется, что они проявляют эмоции, только когда лучше узнаешь их» [10, с. 60], поэтому в этот раз намеренно задавался вопрос об изменении их мнения вследствие коммуникации с носителями русского языка.

Исходя из логики «возврата» можно говорить о том, что самая высокая результативность была среди китайцев, что удивительно, поскольку с ними наш язык разнится больше всех и соответственно языковой барьер должен был бы быть самый высокий, но приложение позволило избежать его, вследствие чего были получены такие результаты. С точки зрения информативности же самые результативные ответы были у испаноговорящих пользователей, у них были самые развернутые ответы и соответствующие заданным вопросам. Тяжелее всего

было наладить коммуникацию с англоговорящими пользователями. Даже несмотря на то, что этот язык у нас в России развит лучше всех из иностранных. Встроенный переводчик здесь существенной роли не играл. Таким образом, можно в действительности говорить, что «языковые» мессенджеры помогают снизить языковой барьер, поскольку в ходе исследования и уровень испанского и уровень китайского при проведении исследования был нулевым, но при этом с ними и произошла самая результативная коммуникация.

В ходе опроса изучались именно этнические (национальные) стереотипы, т.е. стандартное представление, имеющееся у одного этноса, о представителях либо «своего», либо «чужого» этноса. Представление о «своем» этносе именуется этническим автостереотипом, о «чужом» – гетеростереотипом. Респондентов спрашивали касательно последних – гетеростереотипы о русских, так наличие хоть какого-то образа русских было отмечено у 18 пользователей приложения.

Если же говорить о дестереотипизации, т.е. утрате образа, то у больше чем половины пользователей мнение изменилось в сторону положительного вследствие взаимодействия в приложении (17 чел.), при этом менялось оно даже у тех респондентов, у которых не было до этого образа русских, но были и те, у которых мнение не изменилось. У некоторых же этого образа попросту не было или он не менялся вследствие коммуникации или работы с русскими до приложения (9 чел.), и среди них преобладают англоговорящие пользователи.

Самыми распространенными стереотипами были следующие:

– холодные, неприветливые, недружелюбные (*«...они похожи на климат буквально «холодный», поэтому они не приветствуют вас...»*);

– пьющие (*«...по-моему, русские очень любят пить и очень серьезно»*);

– «советские» люди (*«Существует типичный советский русский образ, который изображают СМИ»*);

– мужчины сильные и смелые, женщины красивые (*«русские мужчины смелы... русские женщины намного красивее»*);

– живут среди медведей в холоде (*«живущих среди медведей, среди низких температур»*);

– с плохим чувством юмора; (*«...русский стереотип для испанцев - серьезный, строгий человек с ограниченным чувством юмора»*);

– и др.

В результате же коммуникации и дестереотипизации русские были наделены следующими качествами:

– дружелюбные, открытые (*«...теперь я вижу их как дружелюбных людей...», «...я обнаружил очень интересных людей, дружелюбных, с хорошим настроением...», «они все всегда горячо помогают окружающим»*);

– цивилизованные и культурные (*«...более культурные, чем другие страны...» «...цивилизация высока...»*);

– очень образованные (*«...я был удивлен уровнем их обучения...», «...более образованные, чем другие страны...»*);

– креативные (*«...россияне хороши в инновациях...», «россияне талантливы в искусстве и в военных операциях...», «...есть артистический темперамент...»*);

– и другие характеристики.

При этом стоит отметить, что наибольшая «трансформация» произошла у испанцев, так они и чаще называли какие-то образы и давали характеристику перемен после начала использования приложения. Среди китайцев же было популярно мнение о том, что нельзя судить по одному человеку о целой группе или о том, что все люди одинаковы, отличны лишь их культуры (*«Люди одинаковы. Люди в разных странах отличаются только из-за культурных*

различий»), либо уже имелся положительный образ русских за счет русского искусства (литературы – «я с ранних лет читаю советские литературные произведения», балета и т.п.).

В принципе на основе этого можно также подтвердить вывод некоторых исследователей, что «межкультурное обучение, непосредственные контакты с представителями других культур в образовательном процессе, способны трансформировать этноцентризм в этнокультурный релятивизм» [11, с. 53]. Однако данное исследование может дополнить этот вывод, поскольку оно демонстрирует, что даже контакт в Интернете, т.е. опосредованный может изменить личность и ее представление о других, даже если эти люди говорят на разных языках.

Таким образом, можно говорить, что межкультурная коммуникация посредством «языковых» мессенджеров, во-первых, действительно может снизить языковой барьер, о чем свидетельствует успешная коммуникация даже с китайцами, а, во-вторых, приводит к снижению стереотипности представления о том или ином этносе, что и было выявлено в результате опроса.

Так же такие приложения можно охарактеризовать как неплохую платформу для проведения опросов среди иностранцев, поскольку, как было отмечено, языковой барьер сходит на нет, однако здесь есть моменты, которые могут снизить объективные данные, поскольку зачастую это пользователи, настроенные на межкультурный контакт, и многие из них изучают русский, а соответственно и отношение у них отличается от других их соотечественников. Помимо этого, стоит учитывать низкий процент возврата – 43%. Но, тем не менее данный опыт, все равно, можно охарактеризовать как положительный.

Литература

1. *Дэвидэма*. Интернет как среда межкультурной коммуникации современной молодежи // Восток - Запад: Теоретические и прикладные аспекты преподавания европейских и восточных языков. – 2018. – С. 69–74.

2. *Голдобина В.В., Стеценко Т.И.* Особенности межкультурной коммуникации в сети Интернет // Актуальные вопросы филологической науки XXI века. – 2017. – С. 44–47.

3. Приложения в Google Play – Языковой обмен Знакомства чат Иностранец друг YoMe // Google Play. / Электронный ресурс /<https://play.google.com/store/apps/details?id=language.chat.meet.talk> (дата обращения: 11.12.2019).

4. Приложения в Google Play – Tandem Языковой обмен – изучение и практика языка // Google Play. / Электронный ресурс /<https://play.google.com/store/apps/details?id=net.tandem> (дата обращения: 11.12.2019).

5. Приложения в Google Play – Speaky - Языковой Обмен // Google Play. / Электронный ресурс /<https://play.google.com/store/apps/details?id=appli.speaky.com> (дата обращения: 11.12.2019).

6. Приложения в Google Play – Hello Pal: практикуй языки // Google Play Google Play. / Электронный ресурс /<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hellopal.android> (дата обращения: 11.12.2019).

7. *Хорошева А.А., Аганова Е.А.* Особенности межкультурной коммуникации в сети Интернет // Новое слово в науке: перспективы развития. – 2015. – №2(4). – С. 283–285.

8. *Галичкина Е.Н.* Аббревиация в актуальной и сетевой компьютерной коммуникации // Универсальное и культурно-специфичное в языках и литературах. – 2016. – С. 84–88.

9. Приложения в Google Play – Hello Talk – Языковой обмен & Учи языки бесплатно // Google Play. / Электронный ресурс / <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hellotalk> (дата обращения: 11.12.2019).

10. *Шевцов Ю.Р.* Стигматизация, образ врага и стереотипы в межнациональных отношениях // Журнал социологических исследований. – 2018. – Т. 3. – №4. – С. 54–61.

11. *Муха В.Н., Тучина О.Р.* Межкультурная компетентность как фактор преодоления этноцентризма в условиях современной образовательной среды // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2018. – № 1. – С. 49–53.