

УВІЧЛИВІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРАВИЛ СПІЛКУВАННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ

Волкова Ірина Вікторівна

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання

Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія»

Харківської обласної ради

м. Харків, Україна

Масло Ольга Володимирівна

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання

Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія»

Харківської обласної ради

м. Харків, Україна

Національна специфіка комунікації останнім часом досить часто привертає до себе увагу науковців. За останні 15-20 років накопичено велику кількість спостережень, фактів у цій галузі. Праці стосуються як загальних питань мовленнєвого етикету (Л.І. Байкова, В.В. Богданов та ін.), так і особливостей спілкування носіїв конкретних мов (Г.В. Степанов, В.М. Алпатов та ін.).

Великий інтерес учених до вивчення процесу спілкування представників різних культур можна пояснити зростанням інтенсивності міжмовних та міжкультурних контактів. Міжкультурну комунікацію дуже ускладнює невміння співрозмовників продемонструвати своє ставлення один до одного у відповідності до норм даного суспільства і конкретних очікувань партнера. Знання національно-культурних особливостей увічливої поведінки партнера є невід'ємним компонентом міжкультурної комунікативної компетенції. Тому виявлення і систематизація національних особливостей комунікації, а також

факторів, що визначають національний стиль спілкування, є найважливішим напрямком лінгвокультурологічних досліджень [3, с. 10-11].

Актуальність теми зумовлена тенденцією в сучасному мовознавстві до дослідження системності мовлення як невід'ємної складової людської життєдіяльності, а також недостатністю мовознавчих досліджень стратегії ввічливості наближення в англomовній та україномовній комунікаціях.

У деяких випадках неправильний вибір форми мовлення може зруйнувати порозуміння між співрозмовниками і викликати культурний шок. Стратегії ввічливості, формують національний стиль вербальної комунікації, виступають важливою складовою міжкультурної комунікативної компетенції, необхідною умовою успішного спілкування.

Метою роботи є виявлення механізмів реалізації та лінгвістичних особливостей етикетного мовлення в англomовній та україномовній комунікаціях.

Етикетні засоби мовлення являють собою надзвичайно різноманітне й багатобарвне явище. Розрізнення цих засобів мовлення часто може викликати труднощі. Так, наприклад, етикетну функцію завжди виконують будь-які звертання, але лише у деяких з них ця роль виявляється основною.

Про людину можна сказати, що вона зберігає своє обличчя, якщо оцінки співрозмовників підтримують ту лінію поведінки (в тому числі й мовленнєву), якої вона дотримується. Когнітивний дисонанс при спілкуванні може виникати через загрозу особі слухача з боку мовця в результаті певних "знижувальних актів" (face-threatening), які суперечать прагненням комунікантів. Звичайно ж, слухачеві доводиться використовувати захисний механізм, що має складатися з різних коригуючих стратегій з метою нейтралізації потенційної загрози своїй особі. Інакше кажучи, в такій ситуації особа має обрати той чи інший принцип комунікації. Аби запобігти такому когнітивному дисонансу на етапі формування дискурсу, індивід використовує загальноприйнятні стратегії, аби зменшити потенційну загрозу. Таким механізмом усунення загрози позитивному обличчю можуть бути стратегії позитивної ввічливості.

Формулювання системи стратегій етикетної поведінки вимагає певного розуміння ввічливості. Таке розуміння, як ми зазначили вище, є неоднорідним у різних культурах. Так, при зіставленні національно-культурних особливостей англійської й української комунікативної поведінки з'ясувалось, що навіть такі універсальні, на перший погляд, поняття, як *увічливість*, *повага*, *увага* мають відмінні значення й розуміння у зазначених лінгвокультурах [3, с. 20].

У науковій літературі знаходимо дослідження розуміння ввічливості представниками англомовної комунікації, зокрема англійцями. У їх відповідях на питання про те, як вони розуміють увічливість, знайшло втілення англійське прислів'я *Manners make the man*, яке означає, що про людину часто судять за її манерами, а не за характером (Цит. за [3, с. 21]).

Позитивна ввічливість, або ввічливість наближення, спрямована на зменшення дистанції, на усунення інтерперсональних меж, на взаємність, співробітництво, на задоволення бажання кожного бути поміченим, зрозумілим, почутим, коханим. Використовуючи стратегії позитивної ввічливості, комуніканти скорочують існуючу між ними дистанцію.

Яскравим прикладом, коли традиція звертання на ім'я поширюється на всю можливу аудиторію, є звертання до провідних політиків сучасності: *Bill Clinton*, *Tony Blair*. Таким чином, зрозуміло, що в таких зменшених формах імені відсутнє емоційне значення, на відміну від подібних форм в українській мові.

Наявність шанобливого *Ви* в українській та інших комунікаціях свідчить про формальність і нерівність стосунків між комунікантами. Це природно для культури з достатньо високим рівнем вертикальної дистанції, коли нижчий за статусом звертається на *Ви*, а у відповідь чує *ти*. Для англомовної комунікації, як ми вже з'ясували, це не типово, оскільки тут важливою цінністю є рівність. Тут можновладці не демонструють свою владу, а навпаки часто прагнуть її завуалювати.

Усі стратегії ввічливості наближення в україномовній та англомовній комунікаціях спрямовані на реалізацію гіперстратегії – *демонструйте увагу, симпатію до оточуючих*. Ця гіперстратегія визначає таку домінанту англійської

комунікативної поведінки, як комунікативна атрактивність. Серед інших комунікативних рис англійців, пов'язаних з регулярним застосуванням стратегій увічливості наближення, можна назвати такі: гіперболізована оціночність, емотивність, комунікативний оптимізм, комунікативна демократичність. Домінантою ж української комунікативної поведінки є щирість. Атрактивність не є характерною для українців.

Вивчаючи іноземну мову для повноцінного спілкування з її носіями, а також якщо у викладанні іноземної мови ставляться не лише вузькопрактичні, а й загальноосвітні цілі, слід звертати увагу на засвоєння мови разом з культурою: лінгвокраїнознавство мусить вивчатися при оволодінні як іноземною, так і рідною мовою.

Незважаючи на семантичну спустошеність і відсутність інформативності, елементи етикетного спілкування виконують важливу роль у процесі спілкування. У діалогічному дискурсі комуніканти обмінюються репліками, що спрямовані до певних цілей. Це може бути мета привітання один одного, повідомлення, опису, констатації, прохання, подяки, вибачення, привітання, обіцянки тощо. Комунікативна мета може бути досягнута за допомогою одного чи кількох мовленнєвих актів.

Реалізуючи стратегії ввічливості наближення, англійські комуніканти частіше українців вживають оціночні репліки; англійські інформанти використовують комплімент як підсилення вдячності частіше за українців; за кількістю сказаних реплік в рівноцінних ситуаціях англомовні комуніканти випереджають українців. Тож представникам інших комунікативних культур слід враховувати ці особливості, вступаючи у спілкування з англомовними комунікантами.

Художні тексти свідчать, що українці рідше за англійців використовують такі стратегії позитивної ввічливості, як *приділяйте увагу співрозмовнику, перебільшуйте інтерес, симпатію до нього, даруйте подарунки, будьте багатослівні.*

Часте використання суперлативних мовних одиниць, численних інтенсифікаторів, повторів робить англійське мовлення емоційним, виразним, з погляду представників україномовної культури. Прагматичне ж значення подібних мовленнєвих формул, що відрізняються лексичною гіперболізованістю, полягає в тому, що співрозмовники прагнуть демонструвати свою симпатію, увагу до інших, прагнення зробити приємне. Оціночність і гіперболізація є характерними рисами англійської комунікації. Ці риси англійської культури створюють враження надмірності, нещирості у представників україномовної культури.

Зіставивши особливості української комунікації з англійською, можна побачити, що в українській комунікації важливу роль відіграє емоційність, тобто вільний, природний вияв емоцій, у той же час в англійській – емотивність, вираження емоцій у стратегічних, емотивних цілях. Ця особливість проявляється в частому й експресивному вираженні англійськими інформантами оцінки, яка являє собою найбільш конвенціональну репліку-реакцію в усіх комунікативних ситуаціях. Відрізнити емотивність від емоційності англійського мовлення часто легше за допомогою уважного прослуховування контексту.

Література

1. Гольдин В.Е. Обращение: теоретические проблемы. Саратов, 1987. 128 с.
2. Ключко Л.І. Висловлювання похвали в комунікативно-діяльній парадигмі спілкування (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2003. 20 с.
3. Ларина Т.В. Категория вежливости в английской и русской культурах. Москва, 2003. 315 с.
4. Морозова І.Б. Таксономія елементарних комунікативних одиниць у сучасній англійській мові: автореф. дис. ... доктора філол. наук: 10.02.04. Київ, 2004. 37 с.