

Национални особености и параметри на съвременния английски комуникативен стил при фатическо общуване

Лиляна Славянова

Characteristics of the Contemporary English Phatic Communication Style: The paper provides focuses on the theoretical platform of Hall's theory of high/low context cultures, complemented with Hofstede's cultural dimensions theory. Cultural features of the contemporary English communication style, based on the above theories and compared to the Bulgarian style of communication, are presented.

Key words: High/Low Context Culture, Communication Style, Culture, Cultural Features, Phatic Communication, English, Bulgarian.

ВЪВЕДЕНИЕ

Световната глобализация, която се наблюдава във всички сфери на съвременния живот, и свързаното с нея интензивно межкултурно общуване, налагат детайлно познаване и овладяване на културно обусловените модели на поведение. Всеизвестно е, че хора от различни страни са склонни да общуват по различен начин. Може да се твърди, че този факт се дължи най-вече на вида култура, който от своя страна предопределя националната специфика на комуникативния стил и поведение на своите носители. Познаването на тези особености предотвратява културния шок в общуването и води до по-добро разбиране, по-малко недоразумения и взаимно уважение.

Целта на настоящата разработка е да представи теоретичните платформи, залегнали в основата на межкултурната комуникация, и позовавайки се на техните постулати да опише, анализира и интерпретира особеностите на английския фатически стил на общуване, в съпоставка с руския и българския.

Изводите са направени съгласно теоретичния модел на Едуард Хол (1959, 1966, 1976, 1983) за високо-контекстуални и ниско-контекстуални култури (high context and low context cultures), както и теорията на Хофстеде (1984, 1991, 2008) за културните измерения (cultural dimensions theory).

ИЗЛОЖЕНИЕ

Националните особености на комуникативното поведение, с които се срещаме в межкултурното общуване, представляват съвкупност от колективни навици, изразени в предпочитанията и избора на определени стратегии и средства на комуникация (вербални и невербални), в резултат на които се изгражда комуникативният етностил. Той се явява отражение на социалните отношения, културните ценности, нормите, традициите, характерни за определена култура.

Хол дефинира културата като „начин на живот на даден народ: съвкупност от придобити, усвоени и социално обусловени модели на поведение, нагласи и материални ценности. Културата е често подсъзнателен, невидим механизъм, контролиращ нашите мисли”. Според него, човек осъзнава своята културна идентичност единствено и само при съпоставяне с друга култура. Членовете на всяко общество усвояват спецификата и особеностите на своята култура и действат в рамките на ограниченията, заложили в това, което е „културно приемливо” [Hall 1983:230].

Съществен принос на теоретичната разработка на езиковеда е диференцирането на културите като **култури с висок контекст** (високо-контекстуални) и **култури с нисък контекст** (ниско-контекстуални) спрямо редица фактори като история, религия, традиции, социални взаимоотношения, стил на общуване и др. [Hall, 1976].

Контекстът се определя като „информация, която съпътства дадено събитие и е неразривно свързана със значението на това събитие” [Hall & Hall 1990: 6].

При високо-контекстуалните култури комуникативният стил е повлиян от близостта на човешките взаимоотношения, добре структурирана социална йерархия и установени поведенчески норми. В този тип култура вътрешният смисъл на съобщението е обикновено дълбоко вграден в информацията, така че не всичко е посочено изрично. Налице са множество информационни потоци, които са задължителен елемент за разбиране на едно или друго събитие. Тук се наблюдават голям брой фактори, които съпътстват процеса на общуването, като място, време, статус, и др. Голямо внимание се обръща на формалностите, жестовете и на невербалните елементи на контакта. Те имат голямо значение за правилното разчитане на сигналите, традициите и ритуалите, както и за адекватното тълкуване на ситуацията и за съответстващата реакция. Непознаването или пренебрегването им става причина за неуспех в общуването или за межкултурни конфликти.

В една култура с висок контекст от адресата се очаква да бъде в състояние да чете „между редовете”, за да разбере неизказаното, тоест да притежава определени предварителни познания. Хол подчертава, че „високо-контекстуалната комуникация е тази, в която по-голямата част на информацията е или във физическата връзка или интернализирана в комуникантите и в много малка степен в кодираната, явно изразена или словесно предадена част от съобщението” [Hall 1976:91].

При някои култури за пълноценно общуване е необходима допълнителна подробна информация. При тях контекстът не играе роля, защото всички значения се изразяват вербално – това са културите с т.н. „нисък” контекст. Тук не е необходима предварителна подготовка за участниците в комуникацията, защото всички инструменти за общуване се съдържат в езика, и езиковите знания са достатъчни за осъществяване на успешна комуникация. Както обяснява Хол (1976), повечето информация се очаква да бъде включена в съобщението, като компенсация за това, което липсва в контекста (проявено на вътрешно и външно ниво). Тук основно значение се придава на формалното общуване, липсва емоционалност, липсват и невербални сигнали, косвени намеци и жестове, носители на допълнителна информация. Съблюдава се определен етикет, но в него почти отсъстват екстралингвистични фактори.

Методът на Хофстеде, т.нар. четириизмерен модел, е разработен за разграничаване на националните култури, и служи за описване различията помежду им. Четирите основни проблемни сфери, емпирично открити от Хофстеде в данните, получени от макрокултурното му изследване, представляват съответните параметри, по които се съпоставят отделните култури и това са: **властово разстояние, индивидуализъм / колективизъм; мъжественост / женственост; избягване на несигурността** [Hofstede, 2008].

Това, което е характерно за една култура, е често неприемливо за друга. Ето защо най-известните максими на П. Грайс, формулирани за индивидуалистичните, ниско-контекстуални култури като английската, както и правилата на вежливост, създадени от Дж. Лийч, не могат да бъдат приложени в същата степен за колективистичните, високо-контекстуални култури, по-специално руската и българската, доколкото този вид култури предопределят други комуникативни особености и формират различни стил на комуникация.

Като цяло, националният стил на комуникация, или комуникативният етностил, може да се определи като комуникативно поведение, предопределено от вида на културата и отразено в предпочитанията и избора на средствата за комуникация (вербални и невербални), използвани в процеса на междуличностни взаимодействия.

Важно е да се отбележи, че между вербалните и невербални средства за комуникация, предпочитани в дадена комуникативна култура, се наблюдава

определено взаимоотношение, което показва, че комуникативният етностил се характеризира със системност.

Например, характерната за англичаните при комуникация пространствена дистанция (много по-голяма, сравнена с тази, която е при общуването на български), и която недопуска докосвания, потупвания, целувки и др., намира отражение и в спазването на вербална дистанция (англичаните не прекъсват събеседника си, не дават нежелани съвети, не правят коментари, избягват оказването на комуникативно въздействие и т.н.), докато при българите тези правила не се спазват. Японският и корейски поклон за поздрав са също вид невербални знаци на уважение към събеседника, омаловажавайки собствената личност на покланяния се, като тази стратегия на „омаловажаване“ се повтарят и на вербално ниво.

Националният стил на вербалната комуникация може да се определи като съвкупност от исторически обусловени и утвърдени с времето традиции в употребата на езика, специфични за носителите на дадена лингвокултура; той представлява набор от комуникативни черти, а в по-широк смисъл - доминанти, формирани в резултат на редовната употреба на определени комуникативни стратегии и свързаните с тях езикови средства .

Съществуват различни определения за **фатическа комуникация**, както и подходи за нейното описание [Орлов, 1991; Формановская, 1998; Дементев, 1999; Žegarac & Clark, 1999; Ward, 1999 и др.]. В статията се приема едно по-широко разбиране на този вид комуникация като комуникация, чиято цел не е предаване на информация, а осъществяване на междуличностно взаимодействие, което обхваща различни комуникативни ситуации и речеви актове, влизащи в сферата на речевия етикет. Тъй като междуличностното общуване в межкултурен аспект е много важна и чувствителна сфера на комуникация, то описанието и усвояването на фатическото общуване е актуален проблем. В тази статия се прави опит да се изясни спецификата на английското фатическо общуване, което е характерна черта на английската комуникативна култура, и да се определят параметрите на неговото описание.

Позитивният, оптимистично настроен англичанин се проявява в емоционално преувеличени оценки на обкръжаващите го събития и случки. Доказателство за това са **експресивните емоционално-оценачни реплики, изразени със суперлативни прилагателни**: *How absolutely (completely) marvellous (extraordinary, devastating, incredible, fantastic, wonderful, delightful, ravishing, divine, amazing, unbelievable)!* (*Абсолютно, прекрасно, страхотно, чудесно, божествено, върховно, изключително и др.*) Такива лексикални хиперболи са една от характеристиките на разговорния английски език, както и преувеличената оценка като цяло. Те са широко използвани в различни комуникативни ситуации, понякога дори и много прозаични.

Комуникативно поведение на британците, за които стратегията на преувеличение е една от най-важните, повдига въпроса за искреността в общуването. Именно тази особеност е причината, поради която представителите на много култури, включително руската и българската, го оценят като неискрено и изразяват съмнение относно факта, че техните британски събеседници наистина чувстват това, което казват.

За това противоречие може да се намери обяснение, ако се разграничат емоционалността и емотивността. Традиционната английска съдържаност се отнася до емоционалната комуникация, а не до емотивната. Емотивността, като целенасочена демонстрация на положителни емоции, е една от доминантните черти на английското комуникативно поведение, и е непосредствено свързана с английската учтивост, която предписва преувеличен интерес и симпатия към събеседника. Горепосочените речеви клишета са „**фатически емотиви**“ (термин на В.И.Шаховский) и изпълняват социална функция.

Под **емотиви** се разбират „лексикални единици, предназначени да изразят емоциите на говорещия (адресанта) и/или да окажат емоционално въздействие върху слушателя (адресата). В ролята на емотиви могат да се разглеждат всички лексикални единици, които могат да бъдат използвани, за да се изразят определени типизирани емоции” [Шаховский 1998: 72-74].

Емотивите са насочени не толкова към предаване на информация за емоционалното състояние на говорещия, колкото към предаване на неговото отношение към събеседника: демонстриране на внимание, изразяване на доброжелателност, оказване на емоционална поддръжка. Подобни сигнали на учтивост са в по-голяма степен характерни за английската комуникативна култура, отколкото за славянската, в частност, руската и българската.

Според А. Вежбица понятието за **искреност** е културно специфично [Wierzbicka 1999]. В английската култура искреността не е толкова широко разпространено явление, както на руски и български, тя е ограничена до ситуации, при които е уместно да се каже истината и когато такова поведение изразява общественото одобрение. Акцентът е върху това, какъв ефект могат да предизвикат думите върху събеседника. Като използват многословни и разнообразни речеви формули, съдържащи елемент на преувеличение (а преувеличението винаги съдържа елемент на неискреност), английските комуниканти съвсем искрено желаят да направят общуването приятно за адресата, да му окажат комуникативна подкрепа, да му предложат комуникативен подарък. В резултат на това английската фатическа комуникация се отличава с експресивност, зад която стоят не реално проявени емоции, а социално установени нагласи.

Английският стил на фатическо общуване е крайно **ритуализиран** и за него, в значителна степен, са характерни елементи на езикови (речеви, комуникативни) игри, когато се говори едно, а се подразбира друго, в резултат на което се наблюдава разминаване между семантичния и прагматичен смисъл на изказването: *I'm just wondering till what time the library is open today* (буквално „На мене ми е просто интересно, до колко часа е отворена днес библиотеката“) / *Can I ask you to write down your answers?* (учител – ученик) (буквално „Мога ли да Ви помоля да запишете Вашите отговори?).

Многобройни примери от този вид водят до заключението, че една от съществените характеристики на английския стил на фатическо общуване е **акцентът върху формата**, а не върху съдържанието (важно е *КАК*, а не *КАКВО*), докато руският или българският стил на общуване са по-информативни и тяхната цел е да се предаде определена информация (важно е *КАКВО*, а не *КАК*). Сведената до минимум грижа или мисъл за формата на израза изследователите наричат „доминанта на разговорния стил“ [Гольдин, Сиротинина, Ягубова 2002: 88].

Друга особеност на английското комуникативно поведение, която влияе на стила на комуникация и го отличава от други стилове, включително руски и български (а в още по-голяма степен от арабски или корейски), е **неформалността на общуване**, граничеща с фамилиарност. Тази комуникативна особеност, която е една от основните характеристики на съвременната английската комуникативна култура, е отражение на процесите на демократизация, настъпили в английското общество през последните десетилетия. Това явление намира най-ярко проявление във фатическото общуване и в ритуализираните етикетни формули на обръщение, запознанство, сбогуване и др. Пример за това са:

- съкращаване сферата на използване на обръщенията *sir u madam* („господин“ и „госпожо“) - (в съвременния английски език те се използват единствено в сферата на обслужване като вежливи обръщения към клиенти; в официална кореспонденция при обръщение към непознат адресат; в училище при обръщение към учител от мъжки или женски пол);

- намаляване употребата на обръщения, които се състоят от уважителните обръщения *Mr / Mrs / Miss* + фамилия;
- бързо преминаване от фамилни на лични имена при запознаване;
- допускане на обръщения на лични имена при асиметрични отношения: студент – преподавател, подчинен – началник, дете – възрастен и др.;
- заместване на традиционните формули на поздрав и сбогувания (*Good morning / Good afternoon / Good evening / Good bye*) с по-неформални (*Hello / Hi / Bye*), които се възприемат като неутрални и се използват в широк контекст.

Следователно фактът, че за английската комуникативна култура е по-характерно неформалното общуване, симетрия в отношенията между комуникантите, стремеж към изравняване на статусната дистанция (Power distance) [Hofstede 1984, 1991], позволява да се приеме, че английският стил на комуникация е **лично-ориентиран**; за разлика от руския и българския стил, при който се наблюдава по-значима статусна дистанция между комуникантите, по-голяма формалност на общуването, асиметрични ролеви позиции и това го определя като **статусно-ориентиран**.

С оглед на горепосочените характеристики може да се направи изводът, че за английската комуникативна култура като цяло е характерен типът речево поведение, определен от психолингвистите като кооперативен, или по-точно **кооперативно-конформистки** [Горелов и Седов 2001: 158]. Това определение, в най-пълна степен, важи и за английския фатически стил на общуване.

При описанието на даден комуникативен етностил не могат да не бъдат отбелязани и неговите количествени характеристики, които също са важен стилистичен параметър. Известно е, че някои култури, като арабската, се характеризират с многословието, а други – с лаконичност (северноамериканските индианци, например, при които важна роля в общуването играе мълчанието). При съпоставяне на стиловете на комуникация спрямо този параметър е важно да се отчете и вида на дискурса.

Проведените от редица изследователи съпоставителни изследвания позволяват да се направят следните интересни изводи: съвременният английски стил на фатическо общуване е **по-многословен**, с по-дълги изказвания. Англичаните много по-често и по-дълго се извиняват, благодарят и др. (Ларина 2003, Славянова 2012).

Следователно, като основа на описание на всеки национален комуникативен стил могат да бъдат включени различни **параметри**, отнасящи се до качествените, количествените, лингвистичните, социолингвистичните и психолингвистични характеристики на изразяване:

- **дистанция / интимност** при общуването;
- степен на **формалност / неформалност**;
- **субективна /обективна-ориентираност** на комуникантите;
- степен на **допустимост /недопустимост** на комуникативното въздействие;
- (**директно /индиректно**) изразяване на комуникативните намерения;
- степен на проява на емоции (**емоционална съдържаност /откритост**);
- ориентираност на емоциите (**емоционалност /емотивност**);
- степен на **изразителност/експресивност**;
- степен на **ритуализация**;
- **многословие /лаконичност** (дължината на едно изказване, количеството реплики в различни ситуации на комуникация) и т.н.

Този списък не е окончателен и подлежи на допълване и систематизация. Разгледан в светлината на тези параметри, съвременният английски стил на фатическо общуване може да се определи като:

- **дистантен** (строго спазване на дистанция);

- **неимпозитивен** (комуникативното въздействие е сведено до минимум);
- **непряк или косвен** (от гледна точка на изразяване на комуникативната интенция);
- **некатегоричен** (по отношение на даване на съвет, изразяване на мнение и др.);
- **кооперативен** (характеризира се с ясно изразена ориентираност към събеседника);
- **неформален** (обусловен с ролева симетричност и равенство на комуникантите);
- **лично-ориентиран** (приоритет има личността, а не статуса);
- **конформисти или конформен** (социално наложено преувеличено благоразположение към събеседника, като това се проявява и в съдържанието и формата на изказването);
- **атрактивен** (демонстрира приветливост и оптимизъм);
- **емотивен** (спрямо начина на изразяване на емоции и тяхната комуникативна функция);
- **експресивен** (характеризира се с често използване на суперлативни емоционално-оценачни единици в много от комуникативните ситуации);
- **хиперболизиран** (преувеличение на качества и характеристики);
- **неискрен** (ориентиран в голяма степен към формата, а не съдържанието на изказванията, което, от своя страна, води до разминаване в тяхното семантично и прагматично значение);
- **многословен** (използват се много и разнообразни езикови средства);

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение може да се каже, че:

1. В епохата на всеобща и тотална глобализация въпросът за межкултурната комуникация, за теорията и практиката на езиковите и социални връзки между представителите на различни култури, е особено актуален.
2. Въпреки, че настъпи т.н. информационен век, и информацията залива човек отвсякъде, оказва се, че е налице сериозно непознаване на другите култури, което често предизвиква межкултурни конфликти и недоразумения. Все по-налагащата се необходимост от професионална и лична комуникация с други страни, култури и хора, води до необходимостта от изучаване и по-детайлно опознаване, както на езика, така и на бита, обичаите и културите им.
3. Мисълта на Конфуций: „Всички хора са еднакви. Само обичаите им са различни” достатъчно красноречиво илюстрира трудностите в межкултурната комуникация, както на езиково, така и на културно, цивилизационно равнище. За да се осъществи ползотворен контакт между носители на различни култури, трябва да се отчитат определени фактори и да се вземат под внимание точно определени предпоставки.
4. Независимо от факта, че английският език се е наложил като международен и се изучава като задължителен в българските училища, то все още има „бели полета” във възприемането и осъзнаването на особеностите на английското комуникативно поведение и стил. Това важи най-вече за фатическото общуване, което има контактоустановяваща функция и играе съществена роля в междуличностните взаимодействия.
5. В настоящата работа се прави опит, на базата на теоретичните културални модели на Е. Хол и Г. Хофстеде, да се дадат параметри за описание на различни комуникативни стилове, на чиято основа се прави характеристика на съвременния английски стил при фатическо общуване.

6. Дадените характеристики на съвременния английски стил на фатическо общуване се проявяват в избора на комуникационни стратегии и езиковите средства, тяхното предпочитания и честотата на използване. Но е необходимо да се подчертае, че тези национални особености са обобщени в съпоставка с руския и български стил на общуване. При сравняване с други комуникативни стилове (например, корейски или японски), много от тези особености могат да се окажат невалидни, което още веднъж доказва, че хората не просто говорят на различни езици, а и ги използват по различни начини. Функционалният аспект на езика има не само жанрови характеристики, но и национално – културна специфика, което позволява да приемем националните стилове на комуникация като обективен факт.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] А. Вежбицка 1999: Wierzbicka, A. *Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universality*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- [2] Ларина 2003: Ларина, Т. В. "Категория вежливости в аспекте межкултурной коммуникации (на материале английской и русской коммуникативных культур)". Диссертация докт. филол. наук., Москва, 2003.
- [3] Лийч 1983: Leech, G. N. *Principles of Pragmatics*. London: Longman, 1983.
- [4] Орлов 1991: Орлов, Г. А. Современная английская разговорная речь. - М.: Высш. шк., 1991.
- [5] Славянова 2012: Славянова, Л. "Politeness and indirectness: requests in Modern English and Bulgarian". Науч.-издател. центр "Социосфера". М-лы межд. науч.-практ.кон-ции. Пенза-Решт, 2012, pp.129 – 142.
- [6] Формановская 1998: Формановская, Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. Москва: ИКАР, 1998.
- [7] Хол 1959: Hall, E. *The Silent Language*. New York: Doubleday, 1959.
- [8] Хол 1966: Hall, E. *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday, 1966.
- [9] Хол 1976: Hall, E. *Beyond Culture*. New York: Doubleday, 1976.
- [10] Хол 1983: Hall, E. (1983). *The Dance of Life: The Other Dimension of Time*. New York: Doubleday, 1983.
- [11] Хол и Хол 1990: Hall, E. & Hall, M. *Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans*. Yarmouth: Intercultural Press, 1990.
- [12] Хофстеде 1980: Hofstede, G. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.
- [13] Хофстеде 1991: Hofstede, G. *Cultures and Organizations*. Berkshire, England: McGraw-Hill, 1991.
- [14] Хофстеде 2008: Hofstede, G. "A summary of my ideas about national culture". <http://feweb.uvt.nl/center/hofstede/page3.htm>. (Retrieved 20.2.2008).
- [15] Шаховский 1998: Шаховский, В. И. Эмоции как компонент культуры языкового общества и языковой личности // М-лы 7-ой межд. кон-ции. - Киев, 1998.- 22-31.

За контакти:

Ст. пр. Лиляна Славянова, Катедра „Чужди езици“, Русенски университет „Ангел Кънчев“, тел.: 082-888 816, e-mail: lslavianova@uni-ruse.bg

Докладът е рецензиран.