

УДК 811.111.81'42
DOI <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-81-1-33>

ДОМІНАНТНІ РИСИ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ БРИТАНЦІВ

Матковська М. В.

доцент кафедри англійської мови

*Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
вул. Огієнка, 61, Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна*

orcid.org/0000-0002-1047-7027

mvmatkovska@gmail.com

Ключові слова: *семантика, прагматика, концептосфера, культурологія, комунікація, категорія ввічливості.*

У статті на матеріалі творів Джона Фаулза визначено основні риси комунікативної поведінки британців. Увагу зосереджено на спробі дослідження концептосфери англійського народу та виявлення національних особливостей шляхом аналізу деяких культурно значущих концептів. Мається на увазі виділення ознак, які свідчать про етнокультурну своєрідність народу. Дослідження національної концептосфери є одним зі способів з'ясувати унікальність і універсальність відповідної культури. Автор аналізує комунікативну поведінку британців у стандартних комунікативних ситуаціях, до яких належать ситуації встановлення контакту, його підтримання / завершення та ведення дискусії. Для носіїв британської культури не характерно вдаватися до емоцій – згідно з «неписаними правилами» варто приховувати власні почуття, переключаючи увагу на почуття інших. Емоційна стриманість британців, як відомо, корениться у традиціях протестантського виховання, які приписують утримуватися від відкритого прояву емоцій практично у всіх життєвих ситуаціях. У носіїв британської культури емоційна поведінка пов'язується насамперед із нераціональністю, суб'єктивністю та іншими негативними характеристиками. Висвітлено, що у британській комунікативній культурі відсутні спеціалізовані мовні акти призиву і зауваження, поради у формі непрямой модифікації поведінки співрозмовника менш поширені, ніж, наприклад, в українській культурі спілкування.

Постулюється ідея, що особистий простір є важливим невербальним компонентом британської культури. У британців особистий простір є значно більшим, ніж у українців, і значно краще захищеним. Незнання того, що британці надто стримано ставляться до фізичного контакту під час спілкування, може стати причиною комунікативної невдачі. Взагалі, знання законів невербальної комунікації в іншій культурі допомагає уникнути різноманітних непорозумінь, які виникають через таку неграмотність. За аналогією з мовою простору будь-якій культурі властива своя неповторна мова часу, за допомогою якого можна виразити ставлення до людини, позначивши її місце в соціальній ієрархії.

THE DOMINANT FEATURES OF THE BRITISH COMMUNICATIVE BEHAVIOUR

Matkovska M. V.

*Associate Professor at the English Language Department
Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University
Ohienko str., 61, Kamianets-Podilskyi, Khmelnytsk region, Ukraine
orcid.org/ 0000-0002-1047-7027
mvmatkovska@gmail.com*

Key words: *semantics, pragmatics, concept spheres, cultural studies, communication, category of politeness.*

This paper is devoted to the dominant features of the British communicative behaviour in John Fowles's collection of works. Attention is focused on the concept spheres analysis of the English people and identification of their national peculiarities by means of defining the principal cultural concepts, identifying and highlighting the features that testify the ethnic originality of people.

The investigation of the national concept spheres is one of the means to turn out the uniqueness and universality of the corresponding culture. The author examines the communicative behaviour of the British in the standard communicative situations to which we remove the situations of establishing contact, its maintaining/completing and conducting the discussion.

For the carriers of the British culture it is not typical to express emotions – in accordance with “unwritten rules” it is worth that one should conceal his/her emotions, commutating thus an attention on feelings of others. Such emotional restraint of the British, as it is known, is entrenched in the traditions of Protestant upbringing that prescribes to hold one's open manifestation of emotions practically in all the living situations.

For the carriers of the British culture the emotional behavior is connected first of all with irrationality, subjectivity and other negative characteristics. The result asserts the fact that the British communicative culture does not possess the specialized speech acts of call and remark and a piece of advice in the form of indirect modification of behavior is less spread in the British, than, for example, in the Ukrainian culture of communication.

It is postulated the idea that the personal space is very important nonverbal component of the British culture. The British possess the greater personal space than the Ukrainians do. The British are too restraint to physical contacts during the communication and ignorance of it may cause its infelicity. In general, knowledge of rules and norms of nonverbal communication in another culture helps avoid different incidents that may be caused by lack of perception of them. By analogy with the spatial language there exists the unrepeatable language of time that helps manifest an attitude to a person, depicting one's place in the social hierarchy.

Постановка проблеми. Останнім часом у зв'язку зі зростаючим інтересом до когнітивної діяльності людини, пов'язаним із дослідженнями у сфері етно-, соціо-, психолінгвістики й лінгвокультурології в центрі уваги наукових досліджень опиняється концепт. На думку В.І. Карасика: «Культурний концепт – багатовимірне смислове утворення, у якому виділяються ціннісна, образна та понятійна сторони» [1, с. 109]. Специфічна кваліфікація концептів пояснюється культурними домінантами поведінки, історично закріпленими ціннісними орієнтаціями, прийнятими у відповідній лінгвокультурі. Сукупність концептів утворює концептосферу народу і від-

повідно мови, що безпосередньо стосується мовної картини світу. Вивчення національної комунікації опиралося на різні напрями, наукові школи, теорії, які умовно можна об'єднати у три групи комунікації, сформовані на соціальній, мовній і власне комунікативній основі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні вітчизняні та зарубіжні культурологи, етносоціологи та лінгвісти (Ю.В. Арутюнян, А. Вежицька, Г. Гійом, Л.М. Дробижєва, В.І. Карасик, І.М. Кобозєва, В.С. Кондратьєв, В.В. Красних, А.А. Соколов, Ф.І. Шаркав, D. Crystal, С. Kramersch) та інші відомі дослідники соціальних комунікацій звертають увагу на те, що

невербальна комунікація часто буває більш інформативною, ніж відповідна вербальна і що існують неявні фонові значення комунікації, які реалізуються її учасниками.

Метою статті є аналіз семантичних і прагматичних особливостей домінуючих рис комунікативної поведінки британців та ототожнення їхніх національно-специфічних характеристик на матеріалі творів Джона Фаулза.

Виклад основного матеріалу. Спробуємо розглянути деякі риси національного характеру англійців, культурні домінуючі в англійській концептосфері. Щоб спробувати розібратися в тому, які ж особливості англійського характеру домінують, краще спробувати подивитися на них ззовні, тобто прислухатися до думки сторонніх спостерігачів, і зсередини – з'ясувати, що говорять про себе самі англійці.

Існують певні характерні риси та манери, звичаї та традиції, що властиві англійцям і відрізняють їх від інших націй. Англійський характер є, з одного боку, чи не найсуперечливішим і не найпарадоксальнішим порівняно з характером інших європейських народів (майже всі його особливості мають і прямо протилежні властивості), а з іншого – дуже цілісним і визначеним, таким, що простежується впродовж багатьох сторіч [2, с. 228].

До найважливіших концептів англійського національного характеру можна віднести ментальні утворення: «будинок», «свобода», «приватність», «закон», «традиції», «стриманість», «джентльменство», «змагальність», «спорт», «гумор», «здоровий глузд», «заповзятливість», «прагматизм», «раціоналізм», «толерантність». І.М. Кобозева наводить цікаві дані з експериментального виявлення стереотипів національного характеру німців, англійців, французів і росіян у сучасній мовній свідомості жителів Росії. Характеристики англійця такі: ввічливий, стриманий, педантичний, нетовариський, незворушний, консервативний, охайний, добросовісний, витончений, зарозумілий. Домінантою англійського характеру є ознака «збереження спокою навколо і всередині себе» [3, с. 108–114].

Дж. Горер вважає, що національний характер англійців принципово не змінився, але агресивність отримала своєрідні канали для виходу – спорт, сумлінність (критика, направлена на свою адресу) і гумор. Крім того, для агресивності були встановлені соціально прийнятні обмеження: законодавство, шанована суспільством поліція й економічне стимулювання розвитку середнього класу. Саме середній клас Англії став гарантом стабільності у країні. Разом із сублімованою агресивністю національними рисами англійців Дж. Горер вважає сором'язливість, усвідомлювану належність до соціального класу, що доходить до кастової, і відносну зневагу до пристрас-

ної любові. Дж. Горер приходять до висновку про те, що основу англійського національного характеру становлять такі якості, як неприйняття зовнішнього контролю, волелюбність, стійкість, незначний інтерес до сфери інтимних відносин порівняно із сусідніми народами, висока оцінка освіти як засобу формування характеру, запобігливість і делікатність щодо почуттів інших людей, визнання важливості шлюбу і сім'ї [4, с. 18–24].

Агресивність англійців не зникла, вона лише строго контролюється. Одним із найважливіших каналів цього контролю є сублімація агресії через гумор, важливу роль відіграє самоіронія (self-deprecation) – дуже поширений спосіб поведінки англійців, який майже ніколи адекватно не сприймається іноземцями.

І.А. Стернин відзначає, що «для англійського спілкування характерні такі національні особливості, як низький рівень гучності; небагатослівність; високий рівень ввічливості; не категоричність спілкування (англійці не люблять рішуче висловлюватися, не люблять говорити чітко «так» і «ні»); англійці уникають висловів, що можуть викликати незгоду, суперечку або конфлікт); важлива роль письмового спілкування» [5, с. 104–105].

Важливо вміти зробити свої думки доступними для розуміння їх носієм іншої культури, вербально оформлюючи їх відповідно до звичних для нього норм, адже, спілкуючись, ввічлива людина часто буває подвійною: на словах одне, а на ділі – інше. З огляду на відмінності у світосприйманні розвинути здатність розшифровувати зміст намірів англомовних співрозмовників вкрай складно. І, щоб зробити це завдання реально здійсненним, насамперед варто розібратися, у чому ж причини подвійності, які призводять до розбіжності між тим, що говориться, і тим, що за цим стоїть [6, с. 98–105].

Для того, щоб чітко уявляти, чим відрізняється підхід британців до спілкування, потрібні фонові знання зі сфери культури – рідної та іншомовної. Спробуємо визначити найбільш характерні риси англомовного спілкування у контексті ввічливості [7, с. 13–15].

Історично в нашій комунікативній культурі ввічливість належала до сфери морально-етичної: людину зазвичай приймали такою, якою вона є (за необхідності співчували, критикували, допомагали виправитися); прагнення здаватися кращим трактувалося негативно як лицемірство. Для «підтримки свого обличчя» (як висловлюються сучасні вчені), а точніше самоповаги, що звичніше у термінах вітчизняної культури, людині недостатньо було одних тільки красивих слів, прийнято було «судити за вчинками», і з цієї причини любов'язність нерідко розглядали як нещирість, даремну витрату часу й особливого значення їй не надавали. Ввічливість у нашій традиції немислима без

таких складників, як інтуїція і тактовність, чемність і співчутливість, спонтанність виразу емоцій і невдаваний інтерес, а саме поняття спілкування – одне із ключових [7, с. 43–55]. Властиве британцям і американцям прагнення утримувати розмову у наперед передбачених межах, контрольованих із позиції розсудливості, не популярне в нашій країні, де високо цінується товариськість, заснована на щирій людській прихильності й увазі до співрозмовника. Недаремно враження від перебування в гостях нерідко оцінюється в термінах спілкування і незадоволення висловлюється словами «ми поговорили чисто формально».

В основі прагматичного змісту намірів, як при вираженні спонук, так і при вираженні емоцій, лежить егоцентричний принцип волевиявлення «я хочу», відвертий прояв якого, звичайно, не входить у загальноприйняті норми. У зв'язку з цим правила пристойності й «етикетної» ввічливості на рівні мови покликані усіляко сприяти пом'якшенню примусового характеру відповідних висловів, надаючи директивам відтінок неоднозначності, створюючи видимість можливого вибору, а також регулюючи емоційний настрій у діапазоні від «комунікативного песимізму» до «комунікативного оптимізму» [8, с. 77]. Таким чином забезпечується всебічний захист автономії особистості, її прав і свобод, з одного боку, і турбота про підтримку позитивного іміджу, як свого власного, так і оточуючих – з іншого. Щоб досягнення поставленої мети – переконати адресата або примусити його змінити свою думку внаслідок взаємодії – не вступало у суперечність із необхідністю схвалення з боку співрозмовників, британці й американці широко звертаються до різних стратегій і тактик. Важливо вказати, що необхідність підтримувати безконфліктну атмосферу бесіди, показати себе у вигідному світлі та заслужити позитивну оцінку інших учасників нерідко вважається неодмінною умовою ефективної комунікації. Це дозволяє «зберегти обличчя» – позитивний образ самого себе, який створений людиною і схвально сприймається оточуючими [7, с. 148–155].

Прагнення досягнути компромісу зі співрозмовником заради підтримки психологічної рівноваги та зміцнення міжособистісних контактів є стимулом для тих, хто говорить, і зумовлює високий ступінь формалізованості спілкування, який визначає специфіку людських взаємин практично на всіх рівнях і в найрізноманітніших комунікативних ситуаціях.

Процес спілкування для британців нерідко перетворюється на використання мови в її фатичній функції – для формальної підтримки самої розмови та соціальних відносин (схильність до «small talk»). Відповідно, обмін інформацією

нерідко відступає на другий план, а результат, досягнутий на основі поступань і взаємовигідної угоди, має відносно меншу значущість.

Ця внутрішня віддаленість за зовнішньої демонстрації емоцій визначається прагматичною установкою на емотивність – «вираження емоцій у стратегічних цілях», оскільки передбачається, що людина може свідомо керувати не тільки ходом бесіди, але і своїми емоціями [9, с. 86].

Посилення тенденції до демократичності як характерної умови британського життя відображає загальну установку на соціальну рівність і проявляється у розповсюдженні уніфікованого підходу до спілкування незалежно від соціального статусу і соціальних відносин. Нормою є формальність, яка демонструє поверхневу уваги як до змістових, так і до міжособистісних аспектів.

Подвійність є не прийнятною при спробах українців розвивати вміння «читати між рядками». Можливість неоднозначної інтерпретації мовної поведінки наголошується і самими носіями культури. Наприклад: “How interesting!. It should not be taken at face value. Faint praise damns as surely as criticism” [7, с. 102]. У практиці спілкування регулярні розбіжності семантичного та прагматичного значень призводять до неадекватного сприйняття того, що говориться, і тим, що мається на увазі насправді. Цьому навмисне двозначному способу вираження у традиціях англо-американської культури надається, однак, зовсім інше значення. Наприклад: “In a conversation the English hardly ever lie, but they <...> not dream of telling you the truth” [7, с. 102]. У таких ситуаціях мають місце конвенційні прояви «етикетної» ввічливості, обов'язкові та цілком доречні з позицій раціоналізму й акценту на формі. Саме звичка до неоднозначної манери висловлювання лежить в основі таких поширених, протилежних за своєю суттю стереотипів, як люб'язність і доброзичлива прихильність (особливо в американців) та байдужість і холодність (особливо у британців).

Поняття комунікативної культури народу охоплює всі сфери людської діяльності, тому нашу увагу привертає також сфера ділових відносин. Очевидно, що ця сфера настільки широка і важлива в житті суспільства, що сама по собі є невід'ємною частиною національної культури. Спілкування у сфері ділових відносин регулюється нормами, які склалися історично, і правилами, котрі мають стійкий характер. Тому можна говорити про ділову комунікативну культуру, тобто таку частину комунікативної культури народу, яку становлять традиції та норми поведінки її носіїв у процесі ділової (економічної, виробничої та ін.) взаємодії.

На думку С. Кремча, комунікативна культура Великої Британії є прикладом комунікативної культури «низького контексту». Під «low-context»

комунікативних культур автор розуміє такі культури, в яких наміри тих, хто говорить, і значення повідомлень краще виражаються за допомогою експліцитних висловів. Загалом у комунікативних культурах «низького контексту» частіше використовуються комунікативні моделі прямого характеру – прямий комунікативний підхід і прагнення до ясності вислову. Від того, хто говорить, очікується створення ясного переконливого вислову, який слухач може легко декодувати [10, с. 68]. Таким чином, основними характеристиками комунікативної культури «низького контексту» є: індивідуалістичні цінності; лінійна логіка інтеракції; прямий стиль спілкування; особистісно-орієнтований стиль спілкування; у фокусі інтеракції знаходиться той, хто говорить; вербальна інтерпретація вислову.

Статусна ознака (ознака соціального статусу людини) встановлюється у значенні слів, що вживаються у функції звернення і виражають співвідносну позицію людини в соціальній ієрархії.

У новелі Джона Фаулза «The Ebony Tower» молодий критик-мистецтвознавець зустрічається з відомим вісімдесятирічним художником. Їхня зустріч характеризується різкою статусною відмінністю у використуваних вокативах: Williams, my dear fellow. It's a great honour to be here, sir [11, с. 78]. Надалі метр звертається до героя з використанням вокативів my dear man, dear boy, Williams і, нарешті, забуваючи прізвище, Wilson. Потім художник пропонує своєму гостю звертатися один до одного по імені, проте критик жодного разу не назвав свого співрозмовника по імені. Відсутність вокативів свідчить про невизначену статусну ситуацію.

Британці іноді вдаються до узагальнень, навіть реагуючи на формули ввічливості, вони використовують для відповіді неозначено-особовий займенник *one*, що має пом'якшувальний ефект і одночасно дозволяє дистанціюватися від співрозмовника. Наприклад: How are you, Nicholas? – One mustn't grumble [12, с. 316].

Варто пам'ятати, що узагальнення як прийом більш характерне для писемної та наукової мови (це насамперед стосується безособових і неозначено-особових речень); у розмовній же мові його рекомендується використовувати помірніше. Так само і вживання займенника *one* не є стилістично нейтральним і типовим для представників вищих прошарків суспільства.

І, нарешті, ще одна важлива особливість непрямой форми – це створення для співрозмовника видимості потенційного вибору, що полегшує можливість відмови. Розглянемо деякі аспекти реалізації тактики звернення до питань із метою пом'якшення категоричності спонукальних висловів, представлених у формі тверджень

і питань: Wouldn't you consider selling this ...? [12, с. 60] – (advice); Why don't you come up and have lunch with me? [12, с. 123] – (invitation); Couldn't we go for a walk? On parole? [12, с. 61] – (suggestion); Why couldn't we just walk round the garden? [12, с. 167] – (pressing offer); Would you like to go on talking? [12, с. 245] – (order); Would you keep with me this evening? [11, с. 210] – (invitation). Суб'єктно-орієнтовані питання про можливість (Can I ...) ввічливіші, ніж суб'єктно-орієнтовані питання-спонуки (Can you ...) через зсув фокусу уваги та «відповідальності». Наприклад: Charles's solicitous inquiries – should the doctor not be called? – being politely answered in the negative form, he took his leave [12, с. 314]; Can I have a few of those flowers? [12, с. 116], пор.: Can you give me a few of those flowers?

Висновки і пропозиції. У ході нашого дослідження було розглянуто загальні особливості британської вербальної та невербальної комунікативної поведінки, у зв'язку з чим порушуються питання щодо ведення діалогу, тематики спілкування, наявних у британській культурі комунікативних табу.

Варто зазначити, що у британській комунікативній культурі відсутні спеціалізовані мовні акти заклик до дії та зауваження стосовно поведінки співрозмовника. Британська комунікативна культура менш категорична, ніж українська, відрізняється високим ступенем ввічливості та м'якістю комунікативного тиску. Для досягнення поставленої мети ефективної комунікації британці використовують стратегії та тактики, а саме: дистанціювання, натяку й ухиляння. Важливо вказати, що необхідність підтримувати безконфліктну атмосферу бесіди, показати себе у вигідному світлі та заслужити позитивну оцінку інших учасників нерідко вважається неодмінною умовою ефективної комунікації.

Перспективними у цій галузі можуть бути дослідження, орієнтовані на вивчення найбільш характерних рис комунікації людини у контексті теорії обличчя (face theory: positive/negative ones), терпимості (indulgence), стриманості (restraint), двозначності (ambiguity) тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 447 с.
2. Павловская А.В. Англия и англичане. Москва : Изд-во Моск. ун-та: Триада, 2004. 264 с.
3. Кобозева И.М. Немец, француз и русский: выявление стереотипов национальных характеров через анализ коннотаций этнонимов. *Вестник Моск. ун-та. Серия 9. Филология.* 1995. № 3. С. 102–116.

4. Gorer J. *Exploring English Character*. New York : Anchor, 1969. 217 p.
5. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры. *Этнокультурная специфика языкового сознания : сборник статей*. Москва, 1996. С. 97–112.
6. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание : монография. Москва : Русские словари, 1996. 416 с.
7. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 345 p.
8. Wierzbicka A. *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. New York, Oxford : Oxford University Press, 1997. 328 p.
9. Wierzbicka A. *Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human interaction*. Berlin / NY : Walter de Gruyter, 2003. 502 p.
10. Kramsch C. *Cultural Stereotypes. Language and Culture*. Oxford : Oxford University Press, 1998. P. 67–69.
11. Fowles J. *The Ebony Tower*. UK : Random House, 1996. 304 p.
12. Fowles J. *A Maggot*. UK : Random House, 1996. 464 p.

REFERENCES

1. Karasyk, V.E. (2002). *Language circle: personality, concepts, discourse* [Языковой круг: личность, концепты, дискурс]. Volgograd : Peremena.
2. Pavlovskaya, A.V. (2004). *England and the English* [Англия и англичане]. Москва : Издательство Моск. un-ta: Triada.
3. Kobozeva, Y.M. (1995). *The German, the French and the Russian: the identification of national stereotyped characters through the analysis of etnonyms connotations* [Nemecz, franczuz y russkyj: vyyavlenye stereotipov nacyonalnyux kharakterov cherez analiz konnotacyj etnonymov]. *Vestnyk Mosk. un-ta, Fylologyya*, 9 (3). S. 102–116.
4. Gorer, J. (1969). *Exploring English Character*. New York : Anchor.
5. Sternyn, E.A. (1996). The communicative behavior in the structure of national culture. *Ethno-cultural specificity of linguistic consciousness. Collection of papers*. [Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры]. М., S. 97–112.
6. Wezhbyczkaya, A. (1996). *Language. Culture. Cognition* [Язык. Культура. Познание]. Москва : Russkye slovary.
7. Brown, P., Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge : Cambridge University Press.
8. Wierzbicka, A. (1997). *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. New York, Oxford : Oxford University Press.
9. Wierzbicka, A (2003). *Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human interaction*. Berlin / NY : Walter de Gruyter.
10. Kramsch, C. (1998). *Cultural Stereotypes. Language and Culture*. Oxford : Oxford University Press. P. 67–69.
11. Fowles, J. (1996). *The Ebony Tower*. UK : Random House.
12. Fowles, J. (1996). *A Maggot*. UK : Random House.