

Ольга Солдатова

Кандидат филологических наук

Российский университет дружбы народов

г. Москва (Российская Федерация)

**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР В СФЕРЕ
ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ/ЭМОТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Актуальной задачей обучения иностранным языкам как средству коммуникации между представителями разных народов и культур является обучение языку в единстве с культурой. Основными принципами такого преподавания является сравнение и

сопоставление, так как через сопоставление культур можно отчетливо осознать их различие.

В межкультурном общении важно научиться понимать различные проявления эмоций, выражаемые представителями разных лингвокультур, которые могут отличаться степенью экспрессивности, направленностью, значением, разными целевыми установками. Трудность состоит в том, что далеко не всегда проявление эмоций соответствует тем чувствам, которые при этом испытывает собеседник. Это касается как вербального, так и невербального общения.

Англичане по праву считаются сдержанной и невозмутимой нацией. А. В. Павловская в книге «Англия и англичане» пишет о знаменитой английской сдержанности, стремлении скрыть эмоции, сохранить лицо как о важнейшей черте английского национального характера, которая выделяет англичан среди других народов: «Сдержанность, контроль над своими чувствами, часто принимаемый за простую холодность, – таковы жизненные принципы этого маленького, но очень гордого народа. В тех случаях, когда представитель сентиментальной латинской расы или душевной славянской будет рыдать слезами восхищения или умиления, англичанин скажет “lovely” («мило»), и это будет равноценно по силе проявленных чувств» [Павловская 2004: 237]. Исследовательница также отмечает, что английская сдержанность и нежелание показывать свои чувства вызывают наибольшее непонимание, а порой осуждение окружающих, как эмоциональных представителей романского мира, так и чувствительных – мира славянского, даже немцы отличаются хотя бы сентиментальностью [там же]. В тоже время англичане регулярно улыбаются, часто дают завышенную оценку собеседнику и всему происходящему, дарят комплименты. При этом они широко используют экспрессивные эмоционально-окрашенные речевые единицы: *Everything was absolutely brilliant!* (Все было абсолютно блестяще! – оценка отпуска) / *What a luxurious dress you are wearing!* (Какое на тебе роскошное платье! – комплимент) / *I'd be delighted to go!* (Я в восторге! – реакция на приглашение) / *Great. You are a genius* (Замечательно. Ты – гений – похвала). Основное предназначение подобных лексем не выражение чувств говорящего, а оказание коммуникативной поддержки его собеседнику.

Русские, которым свойственно свободное проявление эмоций, напротив, в повседневной жизни, по сравнению с англичанами, часто бывают более сдержанны: они реже улыбаются, не любят преувеличений, их комплименты звучат редко и они менее экспрессивны, нежели английские: *Все было нормально* (оценка отпуска) / *Ты хорошо выглядишь* (комплимент) / *Хорошо, давай пойдём* (реакция на приглашение) / *Ты молодец* (похвала).

Чтобы понять данные противоречия, Т.В. Ларина считает необходимым различать такие понятия, как эмоциональность и эмотивность [Ларина 2002, 2003, 2007, 2009], отмечая, что это одна из важнейших проблем на коммуникативно-прагматическом уровне. Она предлагает следующее определение этих понятий: **«Эмоциональность** – инстинктивное, бессознательное, незапланированное проявление эмоций, являющееся психофизиологической потребностью человека. **Эмотивность** – сознательная, запланированная демонстрация эмоций, имеющая определенную коммуникативную установку. В первом случае эмоции носят естественный, спонтанный характер, являются открытой демонстрацией чувств; во втором – проявление эмоций носит преднамеренный характер и представляет собой стратегию коммуникативного поведения. Эмоциональность и эмотивность имеют разную направленность: первая сфокусирована в большей степени на субъекте (это эмоции для себя), вторая направлена на объект (это эмоции для других)» [Ларина 2009: 37].

Вопрос о том, почему свободное проявление эмоций и демонстрация эмоций с целью сделать приятное собеседнику имеют большее значение в одних культурах и меньшее в других, заслуживает специального рассмотрения. К.О. Касьянова отмечает, что при интенсивном общении «настойчивая демонстрация «теплоты» и различных сопровождающих ее эмоций должна быть утомительна. Ценность «теплоты» должна повышаться с ростом «конкретности» общения: когда люди видятся достаточно редко и взаимодействие их в определенной степени поверхностно, всякая демонстрация эмоций и «отзывчивости» становится необходимой хотя бы для того, чтобы партнеры могли ориентироваться, в каком состоянии находятся их отношения» [Касьянова 2003: 288]. Под теплотой и отзывчивостью автор имеет в виду демонстрацию эмоций, а не истинные чувства. То есть говорит об эмотивности.

Для обозначения единиц эмотивной коммуникации предлагаем использовать термин фатические эмотивы, под которыми, в данном исследовании понимаются коммуникативные единицы, содержащие оценочность и ориентированные на адресата с целью оказания на него положительного эмоционального воздействия. В данном случае их можно назвать позитивными фатическими эмотивами, которые имеют ярко выраженную стратегическую направленность: эмоциональная оценка, содержащаяся в них, нацелена на то, чтобы продемонстрировать симпатию, расположенность собеседнику, сделать ему коммуникативный подарок.

Такая антиконфликтная стратегия характерна для ситуаций, в которых собеседников разделяет определенная дистанция и, очевидно, именно поэтому она в большей степени характерна для культур, отличающихся максимальной социальной дистантностью, к которым и принадлежит английская коммуникативная культура. Эмотивность является неотъемлемой чертой английского коммуникативного поведения, для русской культуры характерно открытое проявление эмоций.

Результаты нашего исследования полностью подтвердят данное предположение. В английской коммуникации собеседники обращают особое внимание на чувства других, им предписано быть внимательными к собеседнику, преувеличивать интерес, симпатию к нему, дарить коммуникативные подарки. Это не случайно, поскольку вся система английской вежливости является объектно-ориентированной, в отличие от русской, которая в большей степени замыкается на самом субъекте. Как отмечает

А. Вежбицкая, согласно русским культурным правилам «нехорошо говорить другому человеку, что ты что-то чувствуешь, если ты этого на самом деле не чувствуешь» [Вежбицкая 2005: 469].

В качестве иллюстрации приведем некоторые данные сопоставительного анализа одной из ситуаций из проведенного нами эмпирического исследования: *You have been looking for a job for two months and your friend helped you to find it. You are grateful to him – Вы искали работу в течение двух месяцев, и ваш друг помог вам найти хорошее место. Вы ему благодарны.*

В данной ситуации английские респонденты совершали следующие действия: они благодарили, давали оценку в целом, указывали на свой долг, оценивали партнера и давали оценку

оказанной помощи. Большинство ответов (63,7%) состояло из двух реплик. Нами были замечены следующие комбинации:

- благодарность + оценка значимости услуги: *Thank you very much. You have made my day / Thanks a million. I don't know what I'd have done without you / Very many thanks. You are very helpful.*

- благодарность + оценка в целом: *Many thanks. That's incredible / Thank you so much. That's great.*

- благодарность + оценка партнера (комплимент): *Thanks a million. You are so brilliant / Thank you so much. You are a genius.*

Ответы из трех реплик составили 23,3%:

- благодарность + оценка в целом + указание на долг: *Many thanks. That's great. I owe you big time / Thanks a million. That's brilliant. I want to take you out for fun or drink / Thank you so much for your help. That's absolutely brilliant. I owe you.*

- благодарность + оценка партнера (комплимент) + указание на долг: *Thanks a million. You are absolutely brilliant. I owe you big time / Thank you very much. You are a star I am taking you out to celebrate / Many thanks. You are great. I owe you.*

Ответы из одной реплики составили всего 13%. В этих ответах английские коммуниканты выражали благодарность, употребляя интенсификаторы, чем выражали подчеркнутую признательность собеседнику: *I could never thank you for this / Thanks a lot for your help / I ended up getting that job thanks to you / Thank you so much for helping me find a job / Thanks a million for your help.*

Что касается частотности употребления отдельных реплик, то они распределились следующим образом: ядерной оказалась эксплицитная благодарность. Ее употребили 95,6% респондентов: *Thank you / Thanks*. В большинстве случаев (75,6%), усиливая благодарность интенсификаторами: *Thank you so much / Thanks a lot / Thanks a million / I am so grateful to you / I really appreciate that*. Больше половины респондентов (58,2%) дали эмоциональную оценку в виде отношения к оказанной помощи, употребляя фразы с интенсификаторами и экспрессивными эмоционально-оценочными единицами: *That's so brilliant / fantastic / amazing / excellent / wonderful / lovely / great / really nice*. Половина респондентов (51,4%) сопровождала благодарность репликой, указывающей на долг: *I owe you big time / I want to take you out for fun or drink / I am taking you out*

to celebrate / I owe you. В трети случаев (32%) благодарность сопровождалась оценочными репликами в виде комплиментов в адрес друга: *You are so brilliant / You are a star / You are genius.* Помимо этого, коммуниканты давали оценку оказанной помощи в виде подчеркивания ее значимости, таким образом, также усиливая степень своей благодарности. Такие формулы были встречены в 13,6% ответов: *Thank you very much. You have made my day / Thanks a million. I don't know what I have done without you.*

Ответы из двух реплик составили 45,7%. В них выражались:

- благодарность + оценка оказанной помощи: *Огромное спасибо. Я не знаю, что бы я делал без твоей помощи.*
- благодарность + указание на долг: *Спасибо дружнице. Я не останусь в долгу.*
- благодарность + значимость дружбы: *Большое спасибо. Ты настоящий друг.*

Ответы из трех реплик дали 4% информантов:

- благодарность + оценка оказанной помощи + указание на долг: *Спасибо. Я не знаю, чтобы я делала без тебя. Я у тебя в долгу.*
- благодарность + указание на долг + значимость дружбы: *Большое спасибо. Я не останусь в долгу. Ты настоящий друг.*

Ядерной репликой, как и в английском материале, оказалась благодарность. Ее выразили 98,9% респондентов. В большинстве ответов (77%) информанты использовали стандартное слово: *Спасибо.* Однако половина (50,3%) благодаривших респондентов ограничилась одной благодарственной репликой, то есть в их ответах реплика-благодарность была единственной.

Заслуживает внимания тот факт, что из рассмотренных нами ситуаций именно в этой русские информанты чаще всего использовали лексические интенсификаторы (25%), усиливающие благодарность, что подтверждает наше наблюдение о том, что русские благодарят в большей степени за реальные дела: *Большое спасибо / Огромное спасибо / Я тебе очень благодарен / Я тебе так благодарен.* Кроме того, русские указывали на долг (67,8%): *Я не останусь в долгу / С меня причитается / Я твой должник.* Оценочные реплики, как и в предыдущих ситуациях, использовались русскими информантами гораздо реже, в данной ситуации они оценивали только оказанную помощь (26%): *Ты мне очень помог / Я*

не знаю, чтобы я делал без тебя / Для меня это очень важно. Еще одним интересным фактом было то, что в русских ответах (10%) были замечены реплики, подчеркивающие значимость дружбы, чего ни разу не встретилось в ответах англичан: *Ты настоящий друг / Спасибо дружнице.*

Сопоставительный анализ коммуникативного поведения англичан и русских в данной ситуации общения показал, что в целом англичане и русские совершали похожие действия: благодарили, давали оценку оказанной помощи и указывали на свой долг. Тем не менее, в ходе анализа были замечены определенные различия, касающиеся семантики, использования оценочных реплик содержащих экспрессивные эмоционально-оценочные единицы и длины ответов.

Остановимся на важнейших из них. Одно из важных различий касалось количества реплик.

Англичане	Русские
1 реплика – 13%	1 реплика – 50,3%
2 реплики – 63,7%	2 реплики – 45,7%
3 реплики – 23,3%	3 реплики – 4%

Как видно из таблицы, больше половины англичан употребили две и почти четверть три реплики, в то время как половина русских ограничилась одной. Таким образом, стратегия *будьте многословны*, оказалась более типичной для английского коммуникативного поведения.

Хотя семантическим ядром ответа англичан и русских оказалась благодарность (95,6% и 98,9%) подавляющее большинство английских информантов (75,6%) благодарили, используя интенсификаторы: *Thank you so much / Thanks a lot / Thanks a million / I am so grateful to you / your help / I really appreciate that / I would like to thank you.* В то время как русские усиливали благодарность при помощи интенсификаторов гораздо реже (25%): *Большое спасибо / Огромное спасибо / Я тебе очень благодарен / Я тебе так благодарен.*

Если в половине ответов русские коммуниканты ограничились одной благодарственной репликой, англичане практически всегда сопровождали ее репликами с другими значениями, что усиливало их благодарность. Чаще всего это была оценка ситуации в целом

(58,2%): *That's brilliant. Very many thanks.* Русские респонденты общую оценку не давали. Кроме того, англичане часто сопровождали благодарственную реплику оценкой партнера (32%): *Thanks a million. You are so brilliant,* чего также не было в русском материале.

Еще одно различие касалось употребления экспрессивных эмоционально-оценочных единиц и интенсификаторов. Если в английском материале преобладали фразы с экспрессивами и интенсификаторами, то в русском их значительно меньше. Так, в реплике с эксплицитной благодарностью англичане использовали интенсификаторы в 3 раза чаще, чем русские (75,6% и 25%): *I really appreciate that / Thank you so much / Thanks a lot / Thanks a million / I am so grateful to you – Большое спасибо / Огромное спасибо / Я тебе очень благодарен.* Эмоциональное отношение к оказанной помощи англичане выражали более чем в половине ответов (58,2%) употребляя экспрессивные формулы: *That's absolutely brilliant / fantastic / amazing.*

Русские, как уже говорилось, ситуацию не оценивали. Оценку партнеру англичане дали более чем в четверти (32%) ответов, при этом также употребляя эмоционально-оценочные модели: *You are brilliant / You are a star / You are genius.*

Подобные экспрессивные эмоционально-оценочные формулы являются своего рода коммуникативным подарком собеседнику, в них дается высокая оценка результату его действий. Для русских коммуникантов эмоциональная оценка действий партнера не столь значима. Эмоциональность как коммуникативная стратегия не является типичной.

Таким образом, поведение русских в данной ситуации было более сдержанным и менее экспрессивным.

Данные различия в коммуникативном поведении сказываются на английском и русском стилях коммуникации: английский стиль в данной ситуации отличают такие черты, как *оценочность, эмотивность, экспрессивность, многословие;* русский стиль является *более сдержанным, менее экспрессивным и лаконичным.*

Приведем примеры наиболее типичных английских и русских диалогов.

Англичане	Русские
A: <i>Thanks a million. I want to take you out for fun or drink.</i> B: <i>It was nothing. It's my pleasure.</i>	A: <i>Спасибо, друг.</i> B: <i>Всегда к твоим услугам.</i>
A: <i>Fantastic. Thank you so much for your help. I owe you.</i> B: <i>Great. I am so glad to know you have managed.</i>	A: <i>Большое спасибо. Ты настоящий друг.</i> B: <i>Это было нетрудно.</i>
A: <i>Thank you very much. You are a star.</i> B: <i>Brilliant. I am so glad for you.</i>	A: <i>Спасибо. Я не знаю, чтобы я делала без тебя. Я у тебя в долгу.</i> B: <i>Пустяки. Всегда обращайся, если будет нужно.</i>

Проведенный нами сопоставительный анализ коммуникативного поведения англичан и русских в рассмотренной ситуации общения, позволил сделать вывод о том, что важнейшей чертой английского коммуникативного поведения в сфере фатической коммуникации является оценочность. Английские оценочные реплики отличаются экспрессивностью. Англичане в большей степени, чем русские, употребляют экспрессивные эмоционально-оценочные речевые формулы, что создает впечатление преувеличения и формирует такую черту английского стиля коммуникации, как оценочность. Русские, для которых одними из важнейших коммуникативных ценностей являются правда и искренность, в своем коммуникативном поведении продемонстрировали явную нелюбовь к преувеличениям и завышенным оценкам. Их оценочные реплики были менее частотными и экспрессивными.

В процессе овладения различными видами деятельности в сфере иноязычной культуры" снимаются" языковой и культурный барьеры, которые могут испытывать студенты в общении с представителями страны изучаемого языка. При успешном овладении знаниями и приобретении умений из области иностранного языка и культуры обучаемый развивается как личность, готовая к совместной деятельности, социальному и профессиональному сотрудничеству за пределами родной культуры. Предполагается также, что личность через изучение иностранного языка во взаимосвязи с культурой учится понимать свое место в глобальных процессах, выявлять

культурное сходство между представителями разных культур, принимать активное участие в действиях, направленных против дискриминации и культурной агрессии.

Литература

1. Вежбицкая А. Русские культурные скрипты и их отражение в языке // Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М.: Языки слав. культуры, 2005.
2. Касьянова К.О. О русском национальном характере. М.: Академический проспект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003.
3. Ларина Т.В. Доминантные черты английского вербального коммуникативного поведения // Филологические науки. 2007 б, № 2.
4. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Языки славянских культур, 2009.
5. Павловская А.В. Англия и англичане. М.: Изд-во Моск. ун-та; Триада лтд, 2004.