

УДК 811.11' 42:159

Л. В. Козяревич,

кандидат філологічних наук, доцент
(Київський національний лінгвістичний університет)
lianakoziarevich@ukr.net

ЕТНІЧНА ФАСЦИНАЦІЯ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Статтю присвячено розгляду етнічної fascinaції крізь призму теорії міжкультурної комунікації.**Етнічну fascinaцію становлять експресивні риси певної лінгвокультури, які здатні викликати підвищену увагу, здивувати, захопити, зачарувати. У дослідженні постулюємо, що етнічна fascinaція є актуальною і вирішальною в аспекті успішного перебігу міжкультурної комунікації. У праці уточнено поняття етнічної fascinaції, проаналізовано зразки комунікативної поведінки представників різних лінгвокультур, які є fascinatивними.*

Наразі в теорії міжкультурної комунікації намітилися нові сфери інтересів, що охоплюють різнобічне вивчення комунікації в аспекті взаємодії різних лінгвокультур. У контексті теорії міжкультурної комунікації ми пропонуємо розглянути поняття етнічної fascinaції (В. Соковнін). Fascinaція (від. лат. *fascino* – чарівництво, чаклунство) тлумачиться як зачаровування, зваблювання, чаклування, магія, одурення, маніпуляція [1: 10]. Логічне визначення етнічної fascinaції: здатність демонстраційного мовного коду, конвенцій комунікативної поведінки приковувати увагу, викликати підвищений інтерес, здивування, радість, захоплення, екстаз, симпатію, зачарування, шок, сполох, переляк, обминаючи чи відключаючи будь-яке логіко-вербальне пояснення, інтелектуальну аргументацію, а тим більше критику.

Під комунікативною поведінкою ми розуміємо сукупність норм і традицій спілкування народу. Національна комунікативна поведінка – сукупність норм і традицій спілкування певної лінгвокультурної спільності. Описуючи комунікативну поведінку, І. А. Стернін виділяє в ній п'ять домінант: опис національного характеру; домінантні особливості спілкування народу; вербальне комунікативне спілкування; невербальне комунікативне спілкування; національний соціальний символізм [2: 5]. Однак, на нашу думку, у будь-якій мові складовою частиною, найбільш чутливою до проблем і міжособистісного, і міжкультурного спілкування, є його прагматичний рівень, що повною мірою виявляє відношення між знаком (висловом), мовцем і контекстом / ситуацією, до якої належить слухач. Саме цей рівень найлегше виробляє такі ж стереотипи поведінки, ритуальні форми спілкування. Етнічна fascinaція є стереотипізованою, тобто культура вже визначила відмінне у представників лінгвоспільноти. Зміст етнічної fascinaції переважно визначається національною культурою. Етнічна fascinaція – набір привабливих поведінкових стереотипів, який був вироблений у ході історичного розвитку певною мовною спільнотою, утілюється в певних мовних формах. Використання або невикористання мовцем цих форм у процесі комунікації відразу ж показує, "хто свій, а хто чужий", що позначається на тональності (а іноді й результатах) спілкування. Етнічна fascinaція формує національний стиль спілкування.

Англосаксонськими fascinatивними комунікативними цінностями є: увічливість (*politeness*) – *Manners make the man; Politeness costs little but yields much. Life is short, but there is always time for courtesy*; емоційна стриманість (*restraint*) – *British people are taught to keep a stiff upper lip and show no emotion*; дистантність (*privacy*) – *Two is a company, but three is a crowd. A hedge between keeps friendship green. Friends are like fiddle strings and they must not to be screwed too tightly. Come seldom – come welcome. Good fences make good neighbours. Love your neighbour, yet pull not down your fence*; позитивність (*positivity*) – *Think positive and everything will work out. Stay positive. Hope for the best. Think positive, do positive, be positive. Today is better than yesterday*.

Сутність принципу ввічливості полягає у максимальному "піднятті" образу свого співрозмовника, володінні куртуазним (витончено ввічливим) мовленнєвим стилем [3]. Дотримання принципу ввічливості створює прийнятну атмосферу спілкування, нормальний фон для реалізації комунікативних стратегій. Цей принцип передбачає наявність у спілкуванні таких ознак:

- тактовності, обережності у поводженні з комунікативною стратегією співбесідника, турботі про інтереси співрозмовника;
- великодушності, тобто необтяжуваності співбесідників розмовою, в захисті їх від постійного домінування у процесі комунікативного акту, рівномірному розподілі мовленнєвої ініціативи, виконанні демократичного принципу: "Живи сам і давай жити іншим";
- схваленні, що передбачає позитивну налаштованість на спілкування;
- скромності, що полягає у делікатному (так, щоб не образити співрозмовника) відхиленні компліментів на власну адресу;
- згоді, яка проявляється у відсутності опозиційності в спілкуванні;
- симпатії, доброзичливості, толерантності [4].

В основі етнічної fascinaції англосаксонської культури є особливі національні риси, які відображаються у комунікативній поведінці. Почуття власної гідності, саме воно підводить до

усвідомлення необхідності дотримання етичних норм і загальноприйнятих традиційних правил, навіть якщо ці норми і правила не записані у жодних законах. І справді: якщо людина має почуття власної гідності і поважає себе як особистість, то вона просто не дозволить втратити цю гідність і повагу до самої себе, порушуючи етику і громадську мораль стосовно інших. Внутрішня гідність не дозволяє людині втратити контроль над власними пристрастями та емоціями, прилюдно демонструючи розпущеність і невміння володіти собою. Представники англійської культури недемонстративні у вираженні власних емоцій, оскільки не прийнято ділитися із співрозмовником своїми проблемами, таким чином засмучувати його. Ця культурна цінність приховування своїх власних почуттів, особливо негативних відображається в прислів'ї – *Laugh and the world laughs with you, weep and you weep alone* (Смійся – і весь світ буде сміятися з тобою, плач, але плач один), тобто в англійській культурі спілкування високо цінується оптимізм у спілкуванні, під час якого увага сфокусована на почуттях інших – *"one should try to make the other person feel something good"* [5: 254] (намагайся робити так, щоб інший відчував себе добре), що свідчить про те, що представники англійської культури не залишаються осторонь, а співпереживають, вони уважні до співрозмовника та його почуттів, тому що для англійської комунікативної культури типовою є емоційна підтримка співрозмовника.

У міжгендерному спілкуванні у Британії відсутня відкрита увага до жінок з боку чоловіків [6: 11]. Таку підкреслену зовнішню байдужість між представниками протилежної статі, психологи, з одного боку, пояснюють сором'язливістю, емоційною стриманістю ангlosаксонських чоловіків. Гумор – стандартний спосіб боротьби з тим, що викликає дискомфорт.

Етнічна фасцинація англійців зумовлена парадоксами англійського характеру, до яких зараховують поєднання конформізму та індивідуалізму, ексцентричності й логічності, привітності й замкненості, відчуженості й співчутливості, простоти й снобізму. При спілкуванні поведуться привітно, порядно, без натяку на фамільярність. Вони вважають, що успіх при спілкуванні залежить від позиції партнера, від обопільного намагання знайти найкраще рішення. Саме тому скрупульозно, прагматично їх готують. Під час спілкування вони спокійні, урівноважені, уникають гострих кутів, але не байдужі, не бездіяльні. Водночас їм властиві гнучкість, уважне ставлення до ініціативи протилежної сторони. За їхньою зовнішньою стриманістю лежить емоційність і душевне сприйняття навколишнього світу. Певною мірою етнічну фасцинацію англійців відображає такий вислів: "Якщо американець – раб стандарту, то англієць – раб своїх традицій" [4: 458].

У процесі спілкування американці самостійні, енергійні, ініціативні та відкриті, їм більш імпонує не надто офіційна атмосфера ділового спілкування. Вони врівноважено сприймають ситуації, що виникають при спілкуванні, динамічно аналізують і гнучко оцінюють їх, зберігаючи при цьому внутрішню рівновагу, хороший настрій, виявляючи почуття гумору. Вони доволі настирливо намагаються реалізувати свої цілі, переслідують власну вигоду [7: 13].

Суттєві їх національно-психологічні особливості, які є фасцинованими – це діловитість і практичність у підходах до розв'язання проблем. Діловитість американці тлумачать як організованість, чіткість, детальне знання справи, уміння знаходити найраціональніші рішення, практичність – як уміння здобувати вигоду при спілкуванні. Водночас їхня самовпевненість, завищена оцінка своїх сил і можливостей іноді є наслідком надмірного егоцентризму при спілкуванні, який виявляється у прагненні, щоб протилежна сторона керувалася тими правилами, що й вони. Це може викликати непорозуміння.

Фасцинованими елементами японського стилю комунікації є пунктуальність, точність, обов'язковість, етичний прагматизм і ввічливість. Ці особливості етнічної фасцинації зумовлені національною психологією японців, найхарактернішими ознаками яких є підкорення слабкого сильному, повага до традицій, поклоніння перед авторитетом, конформізм, внутрішня самодисципліна, стійкість до труднощів, розуміння гордості та гідності як стимулів людської поведінки, почуття етнічної винятковості, колективізм, стійкість соціальних зв'язків, відносна свобода у виборі засобів і способів досягнення мети, готовність до їх удосконалення. Усі ці якості по-різному впливають на поведінку японців під час спілкування. В Японії особа, спілкуючись з іншими представниками свого кола, своєї групи, ставить себе нижче. Це створює ілюзію відсутності відчуття власної гідності. Гордість у японців пов'язана із почуттям обов'язку, усвідомленням свого призначення, соціальної позиції, а перебільшення позиції партнера під час спілкування вони розцінюють як вияв поваги, ввічливості, уважності до нього. Зауваживши, що партнер робить їм великі поступки, японці, як правило, відповідають тим самим. При спілкуванні зі слабким партнером можуть вдаватися до погроз. Традиційну їх усмішку при спілкуванні розцінюють як заохочення до взаємодії, зацікавленість змістом розмови, водночас у такий спосіб вони захищають свою ауру, своє "Я" від зовнішніх подразників. У розмові стримують свої амбіції, виявляють ввічливість, уникають категоричних формулювань.

Фасцинацією французького стилю спілкування є динамізм, гнучкість, інтелектуальність і висока емоційність, що іноді межує з категоричністю в поєднанні з прагматизмом. Традиційно відзначають оптимізм, життєрадісність, комунікабельність, відвертість і чутливість французів. До їх національних особливостей фасцинації зараховуємо також високу культуру мислення, любов до радощів життя, гострий розум, дотепність, винахідливість, схильність до яскравих висловлень та емоційне ставлення до всього національного. Динамічний темперамент французів зумовлює особливості їх поведінки під час спілкування.

Намагаючись скоріше досягнути цілі й довіряючи своїй природній гнучкості, вони діють швидко, традиційно орієнтуючись на логічні докази, загальні принципи. Саме при спілкуванні вони незалежні й водночас не завжди самостійні у прийнятті остаточного рішення. Велику увагу приділяють попередньому етапу спілкування, намагаються обговорити все заздалегідь. Проте їх поведінка може змінитися під впливом обставин, що складаються при спілкуванні. Принциповим питанням для них може бути мова спілкування (як правило, надають перевагу французькій мові як офіційній). Під час спілкування люб'язні, ввічливі, дотепні. Іноді у своїй поведінці схильні до крайнощів: хоробрість доводять до зухвалості, волелюбність – до непокори. Певне раціональне зерно щодо особливостей французького стилю ділового спілкування закладене в такій формулі: "Не існує двох французів, які б однаково визначили свою суть" [1: 38].

Особливостями німецького стилю ділового спілкування є практичність, педантизм, логічна послідовність й емоційна стриманість, які є похідними від національних якостей німців. Серед них найчастіше відзначають охайність, передбачливість, точність, пунктуальність, працелюбність і сумлінність. При спілкуванні вони педантичні, послідовно обговорюють кожну деталь. Особливості спілкування з німцями виявляються, з одного боку, у їх увічливості та доступності, а з іншого – у труднощах установлення контактів з ними через їхню скритність. Водночас, вони вразливі й відносно легко піддаються впливу.

Фасцинованими ознаками китайського ділового стилю спілкування є практицизм, шанування своїх національних традицій, ввічливість, стриманість, уважне ставлення до партнера, уміння використовувати у своїх цілях його сильні та слабкі сторони. Китайців характеризують дисциплінованість, залежність індивіда від групи, згуртованість на основі чіткого розподілу ролей, витримка, терпимість, співчуття й співпереживання у міжособистісних відносинах. У спілкуванні з особами свого кола розмовляють швидко, обриваючи кінцівки фраз, слів, насичуючи мову жаргонізмами. В офіційній обстановці їх мова стримана, дещо формалізована стереотипними фразами, артикуляція є чіткою і виразною, міміка й жести – мінімальними. Для китайців важливо, щоб їх спілкування відповідало таким основним вимогам: тема розмови була цікавою, адекватною часу і реальній комунікативній обстановці, містила якомога більше тотожних і менше суперечливих моментів. Комунікативна поведінка китайців зумовлена своєрідністю етнічної психології, її характеризують яскраво виражена церемонність, стриманість, приховування справжніх інтенцій, поважність, схильність до захоплення "штампами ввічливості". Ця специфіка виявляється і при спілкуванні.

Етнічна фасцинація також є детермінована метапрограмами. Метапрограми – фільтри сприйняття навколишньої дійсності, які вбудовані у поведінкові стратегії [8: 3] і працюють так, що та інформація, яка не збігається з метапрограмами, у свідомість не проникає. Прикладами метапрограм можуть бути різні стилі мислення: 1) екстернальна / інтернальна особистісна референція; 2) відцентровий / доцентровий рух; 3) активна / пасивна мотивація діяльності; 4) зіставно-протиставний фокус порівнянь; 5) аксіосистемні ідентифікації, пов'язані з ціннісним маркуванням певних сегментів довкілля; 6) суб'єктивні / об'єктивні пріоритети у процесах спілкування [9]. В. Б. Скрябіна розрізняє такі американські метапрограми: 1. Рух до: орієнтація на реальну справу, завжди бачать життєві, ділові та інші цінності, постійно спрямовані на їхнє досягнення. Прогрес і постійне прагнення до оновлення ("ціль – дії – досягнення – нова ціль") стають ідолом, якому поклоняється вся нація. 2. Фокус уваги на час: американець виключно з повагою ставиться до часу як найважливішого ділового ресурсу. Тому вони дуже гостро сприймають запізнення, вважають це неповагою до них особисто. 3. Відносно мотивації – це активний тип: мотивує себе сам, впевнений у тому, що лише він сам може все зробити для себе. Їх вирізняє виняткова самостійність у прийнятті і реалізації рішень, так само як і повна готовність нести за них відповідальність.

За В. Б. Скрябіною, англійські національні метапрограми – фокус уваги на процес. Важлива риса англійців – проактивність. Вони готові якомога скоріше почати робити справи і практично вирішувати проблеми, що виникають. Спроба переконати англійця шляхом уміло побудованого плану проекту, детального опрацювання на папері буде значно менш ефективною, ніж демонстрація ділових якостей партнера у дії. Фокус порівнянь англійців – це орієнтація на схожість, вони не люблять змін, їхній традиціоналізм може приймати різні форми і, зокрема, форму відомого консерватизму, що проявляється у різних сферах життя і мислення. Характерна риса англійців – схильність зберігати традицію у всьому [10: 177].

Таким чином, етнічна фасцинація передбачає сукупність лінгвопсихологічних, лінгвокультурних рис носіїв етносу, які виходять на перший план у процесі міжкультурних контактів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Тарнопольський О. Б. Стандарти комунікативної поведінки у США / О. Б. Тарнопольський, Н. К. Складенко. – К. : Вид. центр КДІУ, 2003. – 208 с.
2. Холл М. 51 метапрограма НЛП / Холл Майкл. – М. : Прайм-Еврознак, 2007. – 352 с.
3. Wierzbicka A. Understanding cultures through their key words : English, Russian, Polish, and Japanese / A. Wierzbicka. – N. Y. ; L. : Oxford University Press, 1997. – 230 p.
4. Ларина Т. В. Коммуникативные ценности английской лингвокультуры и их отражение в лексике / Ларина Т. В., Д. Г. Ишанкулова // Новые технологии в обучении переводу в сфере профессиональной коммуникации : [сборник научных трудов по материалам Международной научной конференции]. – М. : РУДН, 2008. – С. 249–254.
5. Скрябіна В. Б. Метапрограми мовців у міжкультурній комунікації / В. Б. Скрябіна // Вісник Львівського університету. Іноземні мови. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. – Вип. 17. – С. 176–180.

6. Стернин И. А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования / И. А. Стернин // Русское и финское коммуникативное поведение. – Вып. 1 – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 4–20.
7. Ковалевська Т. Ю. Елементи НЛП у дослідженнях особистісної лінгвоментальності / Т. Ю. Ковалевська // Філологічні науки. – Суми : СДПУ ім. А. С. Макаренка. – 1999. – С. 58–66.
8. Соковнин В. Что такое фасцинация / В. Соковнин. – Изд-во авторской Академии фасцинологии (АФА), 2009. – 66 с.
9. Морозова И. И. Стратегии вежливости в коммуникативном поведении : дис. ... канд. филол. наук / И. И. Морозова. – К., 2004. – 181 с.
10. Ишанкулова Д. Г. Английская сдержанность и ее отражение в лексике и фразеологии / Д. Г. Ишанкулова // VII Степановские чтения. Актуальные проблемы романо-германских и восточных языков : на материале романо-германских и восточных языков : материалы докладов и сообщений Международной конференции. – М. : РУДН, 2009. – С. 261–263.

REFERENCES (TRASLATED & TRANSLITERATED)

1. Tarnapol's'kyi O. B. Standarty komunikativnoi povedinky u SSHA [Standards of Communicative Behaviour in the USA] / O. B. Tarnapol's'kyi, N. K. Skliarenko. – K. : Vyd. tsentr KDLU, 2003. – 208 s.
2. Khol M. 51 metaprogramma NLP [51 Metaprogramme NLP] / Maikl Holl. – M. : Praim-Yevroznak, 2007. – 352 s.
3. Wierzbicka A. Understanding cultures through their key words : English, Russian, Polish, and Japanese / A. Wierzbicka. – N. Y. ; L. : Oxford University Press, 1997. – 230 p.
4. Larina T. V. Kommunikativnyie tsennosti angliiskoy lingvokultury i ikh otrazheniie v leksike [Communicational Values of the English Linguoculture] / T. V. Larina, D. G. Ishankulova // Novyie tekhnologii v obuchenii perevodu v sfere professionalnoi kommunikatsii [The New Technologies in the Translation Learning] : [sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii]. – M. : RUDN, 2008. – S. 249–254.
5. Skriabina V. B. Metaprogramy movtsiv u mizhkulturnii komunikatsii / V. B. Skriabina // Visnyk Lvivs'kogo universytetu. Inozemni movy [Lviv University Journal. Foreign Languages]. – Lviv : Vyd. Tsentr LNU im. Ivana Franka, 2010. – Vyp. 17. – S. 176–180.
6. Sternin I. A. Poniatie kommunikativnogo povedeniia i problemy ego issledovaniia [The Notion of Communicative Behaviour and the Problems of its Research] / I. A. Sternin // Russkoie i finskoie kommunikativnoie povedeniie [Russian and Finnish Communicative Behaviour]. – Вып. 1 – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 4–20.
7. Koval'evs'ka T. U. Elementy NLP u doslidzhenniakh osobystisnoi lingvomenal'nosti [NPL Elements in the Research of the Personal Linguomentality] / T. U. Koval'evs'ka // Filologichni nauky [Philological Sciences]. – Sumy : SDPU im. A. S. Makarenka. – 1999. – S. 58–66.
8. Sokovnin V. Chto takoe fastsinatsiia [What is Fascination] / V. Sokovnin. – Изд-во avtorskoi Akademii fastsinologii (AFA), 2009. – 66 s.
9. Morozova I. I. Strategii vezhlivosti v kommunikativnom povedenii [The Strategies of Politeness in the Communicative Behaviour] : dis. ... kand. filol. nauk / I. I. Morozova. – K., 2004. – 181 s.
10. Ishankulova D. G. Angliiskaia sderzhannost' i ieio otrazheniie v leksike i frazeologii [English Modesty and its Reflection in Lexis and Phraseology] / D. G. Ishankulova // VII Stepanovskie chteniia. Aktualnye problemy romano-germanskikh i vostochnykh yazykov : na materiale romano-germanskikh i vostochnykh yazykov : materialy dokladov soobshchenii Mezhdunarodnoi konferentsii [The VII Stepanovskie Readings. Current Problems of the Roman-Germanic and Oriental Languages : on the Materials of the Roman-Germanic and Oriental Languages : the Lecture Materials of the International Conference Reports]. – M. : RUDN, 2009. – S. 261–263.

Матеріал надійшов до редакції 26.01. 2012 р.

Козяревич Л. В. Этническая фасцинация в контексте теории межкультурной коммуникации.

Статья посвящена рассмотрению этнической фасцинации сквозь призму теории межкультурной коммуникации. Этническую фасцинацию составляют экспрессивные черты определенной лингвокультуры, которые способны вызвать повышенное внимание, удивить, пленить, очаровать. В исследовании постулируем, что этническая фасцинация является актуальной и решающей в аспекте успешного течения межкультурной коммуникации. В работе уточнено понятие этнической фасцинации, проанализированы образцы коммуникативного поведения представителей разных лингвокультур, которые являются фасциативными.

Koziarevych L. V. The Ethnic Fascination in the Context of the International Communication Theory.

The article deals with the ethnic fascination through the spectrum of the international communication theory. The ethnic fascination is defined as a set of expressive features of a certain culture aimed at attracting attention, evading, fascinating, manipulating. A complex of attractive behaviour stereotypes developed in the course of the historical progress, is reflected in the language forms. In the investigation it is postulated that the ethnic fascination is factual and crucial in the aspect of the successful intercourse of the international communication. In the work the notion of ethnic fascination is identified, the patterns of the communicative behaviour of representatives of different linguocultures which are fascinate are analyzed.