

УДК 159.942.5:316.77: 303.446.23

Акулич Юлия Евгеньевна
преподаватель кафедры английского языка
Akulich Yulia E.
e-mail: incontrovita@mail.ru

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины
Gomel State University named F. Skorina
г. Гомель, ул. Советская, д. 104, Республика Беларусь, 246019
Тел.: (0232)57-16-73

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЙ АСПЕКТ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕНИИ

EMOTIONAL AND EVALUATION ASPECT OF COMMUNICATIVE BEHAVIOR IN CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

Аннотация: настоящая статья посвящена рассмотрению эмоционально-оценочного аспекта коммуникативного поведения в рамках межкультурного общения. Актуальность работы заключается в необходимости принимать во внимание прагматический аспект эмоциональности говорящего, учитывая его поведенческую тактику и скрытые установки для достижения поставленной коммуникативной цели.

Ключевые слова: эмоциональность; эмоциональная оценка; коммуникация; стратегия; языковые средства.

Abstract: This article is devoted to the consideration of the emotional and evaluation aspect of communicative behavior in the cross-cultural communication. The actuality of the work lies in the need of taking into account the pragmatic aspect of the speaker's emotionality, his behavioral tactics and hidden attitudes to achieve the given communicative goal.

Keywords: emotionality; emotional evaluation; communication; strategy; language means of communication.

Исследованием межкультурного общения занимались многие ученые, такие, как Т. Б. Фрик, В. С. Библер, Т. Н. Персикова, А. П. Еременко. Много работ посвящено исследованию проблемы прагматического аспекта, в котором заключается и постановка основной коммуникативной цели общения, и раскрытие явных или скрытых намерений говорящего, и определение его поведенческих тактик, установок и отношения говорящего к высказыванию или к собеседнику. В межкультурном общении помимо прагматического аспекта необходимо учитывать и характеристики коммуникативного поведения собеседников разных культур. Одной из таких характеристик является эмоциональность говорящих. Эмоциональное

состояние собеседника варьируется в зависимости от формы и цели общения. Реализуя коммуникативную цель, говорящий может изменять акциональное состояние собеседника, т. е. побудить его к выполнению какого-либо действия или привести в определенное психоэмоциональное состояние (одобрение, похвала, симпатия, радость, удовольствие, счастье и др.).

Оказание аксиологического воздействия на собеседника, стремление повлиять на его вербальное выражение эмоциональной оценки, состояния или мнения, желание создать соответствующую коммуникативную атмосферу во многом зависит от эмоциональной экспрессивности говорящих, присущей данной культуре. Сравним выражение эмоциональности и приветливости американцев, англичан и русских.

Англоязычная коммуникация в эмоционально-оценочном аспекте обнаруживает определенную неоднозначность, обусловленную прагматической установкой на эмотивность, что отражается в сознательной регуляции использования экспрессивно-оценочных средств (проявление истинных чувств в неформальном общении; выраженная склонность к сентиментальности, проявляющаяся в ориентации на сам источник эмоций, а не на участников коммуникации). Британцы, например, могут, не стесняясь, выразить свои чувства, более сострадаая, скажем, любимым животным, нежели своим братьям. Более импульсивные американцы способны в бытовых ситуациях к спонтанным «выплескам» изумления или восторга, страха или возмущения, объясняя их как неизбежную реакцию на стресс. С другой стороны, в обеих культурах одинаково распространено выражение эмоций в стратегических целях, что проявляется в обращении к преувеличению. Для британцев преувеличение, как правило, ограничивается установкой на повышенное внимание к собеседнику и выражается в преувеличенно-эмоциональной оценке его поступков, качеств, переживаний, тогда как американцы, считая себя «реалистами», нередко обнаруживают склонность к гиперболизации личной негативной оценки, в чем и отражается прямолинейность выражения собственного отношения, характерная для

коммуникативного поведения американцев (в чем они отчасти сближаются с россиянами). Для англоязычного общения в целом характерно понижение экспрессивности и прагматически, обусловленное ограничением проявления эмоций определенными ситуациями общения.

Для русскоязычного общения характерны искренность и спонтанность проявления эмоций, основанные на доверии и сердечности, и разнообразие используемых экспрессивных средств; эмоциональная нейтральность, наблюдаемая при официальном общении, оценивается менее позитивно.

Что касается приветливости, то одним из сигналов является улыбка. На Западе улыбка при приветствии означает прежде всего вежливость приветствия. В русском коммуникативном поведении улыбка «для вежливости» или «из вежливости» просто не принята, и даже наоборот – к чисто вежливой улыбке собеседника русский человек обычно относится настороженно или враждебно. В русском общении не принято улыбаться незнакомым, она адресуется в основном знакомым. У американцев – это принятый жест приветливости. Адресованная человеку русская улыбка демонстрирует то, что улыбающийся человек относится к нему с личной симпатией. У американцев, наоборот, улыбка является неременной частью разговора. При зрительном контакте с незнакомцами американцы улыбаются, что является невербальным сигналом отсутствия агрессивных намерений. Проявлением доброжелательности к собеседнику служит и громкий смех.

Учитывая характеристики коммуникативного поведения говорящих, можно определить прагматичность ситуации иноязычного общения и назвать ее как «коммуникативная эмоциональность и приветливость». Данная ситуация предусматривает использование коммуникативных стратегий, обеспечивающих возможность установления контакта между собеседниками, формирования благоприятной эмоциональной обстановки общения, выражения солидарности говорящих, подчеркнуть свой интерес к партнеру по общению. Модификация поведения говорящего и его собеседника предполагает наличие умений проявлять свои чувства и эмоции во время

беседы, такие как одобрение, похвала, симпатия, радость, смех, счастье, сочувствие и сожаление или неодобрение, злость, оценочное суждение.

Данная прагматическая стратегия может характеризоваться соответствующим языковым и культурным наполнением:

а) формами обращения к собеседнику:

Вежливый вопрос: *Will you be so kind to pass me that salad?*; благодарный ответ: *Thank you so much for your help*; извинение: *I'm so sorry for being late*; вежливый отказ: *I beg your pardon, but I can't join you*; вежливый перебив: *Sorry for disturbing, can I ask you a question?*; похвала: *You look so elegant today!*; предложение: *I'd like to invite you over this weekend.*; приветствие: *Hello! How do you do? Haven't seen you for ages!*;

б) соответствующим лексическим оформлением, разговорными формулами, маркерами усиления и интенсификаторами, которые повышают степень воздействия на адресата:

– интенсификаторами, используемыми для усиления эмоционально-оценочного воздействия высказывания, являются наречия степени, такие как *how, so, too, very, much, most* и экспрессивные наречия *extremely, awfully, actually, certainly, definitely, really, frankly, honestly, Really? Oh, Yes! Aha! Indeed! Quite! Absolutely! How interesting! Oh Dear! My God! Gosh! Wow! Oh, come on!*, вспомогательные глаголы *do, did* и др. Например, *Thank you (ever) so much / very much indeed. You're too kind! I'm so grateful! I'm extremely / awfully / (ever) so sorry (but...).* You did really win!;

– использованием синонимического ряда слов:

complete perfect/ entire/ total/ absolute/full/ finished/ stark

extreme supreme/ intense/ severe/ utmost/ top/ highest

perfect excellent/ superb/ absolute/ ideal/ splendid/ pure;

– отражением количественных характеристик предмета речи: *hordes of teen-aged girls, multitude of lovers, platoons of bridesmaids, for hours, for months and months, a thousand wakeful nights, in less than no time, years ago, for years*

and years, for 101 years and a day, the vestige of a smile, the ghost of an idea, a shred of evidence, bit, bite, grain, ounce, peck, shade, touch;

– использованием фразеологических и сравнительных оборотов: *“I’ll eat my hat if ...!”* («даю голову на отсечение»), *like one o’clock* – точно, пунктуально; *like blazes* – чрезвычайно, ужасно; *like fun* – стремительно, очень быстро; *like hell, like the devil* – как черт, дьявольски; *like a bat out of hell* – во всю мочь; *like nobody’s business* – чертовски ловко;

– восклицательными и вопросительными предложениями, echo-questions: *“By the living jingo!”* – «боже мой!», *“Who / where / how ... on earth, the hell, in God’s name?”* – «кто, где, как ... черт побери?», *“It was great.”* – *“Oh, Yes? Was it?”*, *“It was his funeral yesterday”* – *“Was it?”*;

в) неречевыми средствами: короткими паузами, соответствующей интонацией, громкостью, дистанцией.

Таким образом, воздействие на ситуацию общения, оказываемое говорящим на реципиента с помощью лингвистических средств в процессе речевого общения, отличается особыми предметными целями говорящего, которые включают изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройку категориальных структур его сознания, культурную общность, к которой он принадлежит. Соответствующая речевая ситуация обуславливает стереотипы поведения, влияя на психоэмоциональное состояние говорящего.

Список литературы

1. Кузьменкова Ю. Б. Английская и русская вежливость в контексте культурных традиций // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 2. – С. 7–15.

2. Шамынова Г. Р. Принцип вежливости как особая коммуникативно-прагматическая категория в русском общении: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 16.00.09. – Саратов, 2000. – 22 с.