

## РЕАЛІЗАЦІЯ АКТУ МОВИ “ПОБАЖАННЯ” В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ ТА АМЕРИКАНСЬКОМУ ВАРІАНТІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ З ТОЧКИ ЗОРУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ПРАГМАТИКИ

© Прикарпатська І., 2007

**Вивчаються культурні відмінності вербальної поведінки американців та українців, носіїв своїх рідних мов, при виконанні акту мови “побажання”. Комуникативна поведінка обидвох груп респондентів розглядається в рамках їх моделей культур, які наводяться у цій роботі. Дослідження ґрунтується на емпіричних даних, зібраних за допомогою методу анкетування, які проаналізовано та прокласифіковано на двох рівнях: ситуаційному та лексико-семантичному.**

**This article examines culture-specific differences in the ways representatives of American and Ukrainian societies, native speakers of their respective languages use the language when they perform the speech act of wish. The communication behavior of both groups of respondents is analyzed within the categories of models of their respective cultures, which are provided in this paper. The research is based on empirical data collected with the help of a questionnaire. The collected data was analyzed on two levels, situational and lexico-semantic.**

**Мета роботи** – виявити та проаналізувати спричинені культурою розбіжності у вербальній поведінці українських та американських респондентів, носіїв своїх рідних мов, досліджуючи вживання ними своїх рідних мов в безпосередніх інтеракціях.

Об’єктом цього дослідження є акт мови “побажання” з огляду на кілька причин. По-перше, ввічливість є основним визначником усіх людських інтеракцій, яка впливає на їх успішність. Хоча ввічливість – явище універсальне, притаманне усім відомим нам культурам, її принципи та мовні звичаї у різних культурах відрізняються: те, що є ввічливим в одній культурі, представники інших культур можуть оцінювати як щось грубе та недоречне. Основною причиною усіх розбіжностей у ввічливості, яка на вербальному рівні реалізується за допомогою певних лінгвістичних формул, є відмінні моделі культури з відмінними системами цінностей та норм. По-друге, як це впливає з наших спостережень, реалізація акту мови “побажання” представниками українського та американського суспільств відрізняється не тільки за своєю лексико-синтактичною структурою. Основна різниця в їх реалізації спричинена специфічними ознаками, притаманними їх культурам. Більше того, акт мови “побажання” ніколи не досліджувався з точки зору міжкультурної комунікації, а в нещодавніх дослідженнях у галузі соціолінгвістики та міжкультурної прагматики ніде не йдеться про акт мови “побажання” в контексті українсько-американських компаративних досліджень.

Культура є найважливішою категорією, яка визначає та впливає на усю людську діяльність, включаючи вербальне та невербальне спілкування. Для цього дослідження ми використовуємо визначення культури, запропоноване Гертом Гофштеде [4]. Він називає культуру “програмним забезпеченням для думки”. Отже, культура є ментальною програмою для почуттів, думок та діяльності. Згідно з його концепцією, програмування починається у ранньому дитинстві, продовжується в школі, на роботі тощо, і дуже залежить від географічного розташування країни, соціокультурних факторів, політики, релігії тощо.

Виміри культури, запропоновані Е. Холлом [3], Ф. Тромпенаарсом [8] та Г. Хофштеде [4] допоможуть нам порівняти українську та американську моделі культури та забезпечать культурно-специфічними категоріями, в межах яких досліджуватиметься комунікаційна поведінка українських

та американських респондентів під час виконання акту мови “побажання”. Згідно з їхніми результатами, американська культура має *низький коефіцієнт відстані до влади, низький коефіцієнт уникання невизначеності*, високий рівень *індивідуалізму*, є *чоловічою, монохронічною* і культурою з *низьким контекстом спілкування*. Показник *відстані до влади*, який може бути низьким або високим, вимірює, як суспільство ставиться до соціальної нерівності. Для США цей показник є низьким, оскільки в американському суспільстві особливо цінуються однакове ставлення до усіх людей, незалежно від їхнього статусу та віку. Американський *індивідуалізм* полягає в особистій незалежності та шанобливому ставленні до приватності. В американській культурі орієнтація на себе переважає над інтересами групи, люди повинні самостійно досягати статусу та відповідати за власні вчинки. Американський *індивідуалізм* також має своє відображення у вживанні мови, наприклад, часте вживання “I” (“я” українською), написане з великої літери, та обов’язкове вживання граматичного підмета. Матеріальний успіх, конкуренція, успішність, переважно інструментальне ставлення до людських відносин є домінуючими цінностями американського суспільства, що є ознакою *чоловічих культур*. У *монохронічних* культурах, якою і є американська культура, час розглядається як товар, ретельно плануються і чітко дотримуються графіки та розклади, немає тенденції робити кілька речей за раз. *Низький коефіцієнт уникання невизначеності* в американській культурі полягає у більш толерантному ставленні її представників до невизначеності, двозначності та до тих осіб, чії думки не збігаються з точкою зору більшості. *Низький контекст* спілкування означає, що обмін інформацією відбувається за допомогою чітких повідомлень, в яких і міститься уся інформація.

На відміну від американської культури ми визначаємо українську модель культури, як культуру з *великою відстанню до влади, жіночою, колективістською, з високим показником уникання невизначеності, поліхронічною та висококонтекстною*. У суспільствах з високим коефіцієнтом відстані до влади прийнято виявляти формальну повагу до осіб з вищим соціальним статусом та старших людей. Вживання ввічливого звертання другої особи множини “Ви” та імені й по батькові слугує яскравим доказом цієї риси української культури. В українському суспільстві, яке за своєю природою є більш колективістським, інтереси групи переважають над інтересами індивідуума, між колегами більше шануються солідарність та рівність. В українському суспільстві людські взаємовідносини є теплішими та тіснішими, хороші особисті контакти мають більшу вагу, ніж особисті досягнення. На протизвагу США Україна є більш монорелігійною країною, а це, своєю чергою, впливає на відношення суспільства до *невизначеності*. *Високий контекст спілкування* в українській культурі полягає у тому, що уся інформація локалізується не в чітких повідомленнях, а в самому контексті, тобто без зайвих слів відомо, про що йдеться. *Поліхронізм* українського суспільства проявляється в тенденції її членів займатися кількома справами одночасно та в нечіткому дотримуванні планів та розкладів.

Відомо, що ввічливість є явищем соціально-культурним. На основі моделей культур США та України наведемо моделі ввічливості, притаманні кожній з цих культур. Отже, українська модель ввічливості має такі риси: 1) повага до осіб з вищим статусом та старшого віку; 2) висока емоційність, яка притаманна жіночим культурам, співчутливе ставлення до слабших, важливість дружби та сім’ї; 3) скромність, яка є наслідком жіночості української культури і яку можна розглядати як брак впевненості в собі, сором’язливість, брак асертивної поведінки. Отже, українська ввічливість є особовою і може видаватися нав’язливою для представників індивідуалістських культур, де приватність є першочерговою цінністю.

Американська ввічливість характеризується такими рисами: 1) однаково шанобливе ставлення до усіх людей, незалежно від їхнього статусу чи віку; 2) помірна емоційність, люб’язне ставлення до будь-кого із слабкою градацією почуттів (незнайомі versus близькі друзі); 3) демонстрування успішності та досягнень. Говорити про свої власні успіхи та досягнення не вважається хизуванням [5]. Американська ввічливість є безособовою і може здаватися байдужою та поверховою для представників колективістських та жіночих культур.

Розглянемо тепер, як ці моделі ввічливості відображаються у вживанні мови представниками обох культур під час виконання акту мови “побажання”. Оскільки “побажання” належить до

конститутивних актів мови [7], його виконання вимагає зритуалізованого соціального контексту. Більше того, побажання є експресивним актом мови, комунікаційним наміром якого є вираження позитивного емоційного ставлення до свого співбесідника. Оскільки іллокуційна сила [1] будь-якого акту мови вимірюється його пропозиційним вмістом [1], наше дослідження зосереджується на аналізі вербальної поведінки представників обох культур під час виконання акту мови “побажання”, аналізі лексико-семантичних зразків, які вживаються для його вираження та з’ясування їх прагматичної цінності для кожної відповідної моделі ввічливості, враховуючи частотність їх вживання в американському та українському репертуарах.

Дослідження ґрунтується на емпіричних даних, зібраних за допомогою анкет, розроблених українською та англійською мовами. Анкети наводять дев’ять ситуацій, в яких респондентів просять реагувати природно та спонтанно. Ситуації є такими:

1. Привітати з Новим роком своїх родичів/друзів/колеґ по роботі.
2. Привітати з Різдвом родичів/друзів/колеґ по роботі.
3. Підбадьорити друга/подругу, в якого через півгодини співбесіда.
4. Підбадьорити друга/подругу, який захворів на грип.
5. Поздоровити родичів з нагоди Великодних Свят.
6. Побажати своєму/своїй начальнику/колезі/другу/подрузі гарного відпочинку.
7. Що б ви побажали своїм друзям перед їхнім від’їздом?
8. Що ви кажете рідним та близьким перед тим, як вирушасте на роботу/навчання?
9. Привітати друга/подругу/родича/родичку з нагоди весілля.

Анкети заповнило 50 американців і відповідно стільки ж українців. Усі респонденти є носіями своїх рідних мов, живуть у великих містах, здобувають або вже здобули вищу освіту, їхній вік коливається від 16 до понад 55 років. Загальна кількість респондентів – 100, серед яких 65 жінок і 35 чоловіків. Американські респонденти є мешканцями Вірджинії, Техаса, Каліфорнії, Пенсильванії, Орегона, Мічігана, Нью-Йорка, Меріленда та Айови. Українські респонденти є мешканцями Києва, Львова, Тернополя, Івано-Франківська, Черкас та Вінниці.

Аналіз зібраних даних проводиться на двох рівнях. На першому рівні репертуар побажань обох груп респондентів було прокласифіковано залежно від ситуації, в яких вони використовувалися. Відповідно на ситуаційному рівні акт мови “побажання” ділиться на: 1) церемоніальні побажання; 2) підбадьорювальні побажання; 3) побажання при прощаннях.

Перша група включає побажання з нагоди релігійних та сімейних свят. Наш аналіз цієї групи побажань виявив багато відмінностей. Майже половина американських респондентів виконувала акт мови “побажання” за допомогою сконвенціоналізованих, прототипових формул типу “Happy New Year”, “Merry Christmas”, “Happy Hanukkah”, “Happy Easter”, “Happy Passover”, “Best wishes”. Як показав аналіз, побажання з нагоди певних релігійних свят висловлюються тільки родичам та тим друзям, віросповідання яких респондентам відомо. Більшість американських респондентів привітало би своїх колеґ по роботі та керівництво словами “Happy Holidays” або “Happy Seasons Holidays”. Оскільки США є багатонаціональною та багаторелігійною країною, а тому і чутливою до питань толерантності, завжди безпечніше побажати “Happy Holidays” будь-кому, незалежно від їхнього віросповідання. Комунікаційна поведінка американських респондентів по відношенню до керівництва, колеґ по роботі та близьких друзів мало чим відрізняється. Комунікаційна поведінка американських респондентів жіночої та чоловічої статі теж мало чим відрізняється. Американський репертуар побажань є дуже простим, єдиними явними показниками емоційності є слова на кшталт “every”, “many more”, “heartfelt” або “the best ever”. Американські побажання порівняно з українськими видаються більш емоційно стриманими, вони не містять довгих перераховувань різноманітних духовних та матеріальних благ, цілком достатньо побажати доброго здоров’я та щастя, не позбавляючи свого співбесідника права самому вирішувати, що для нього є щастя.

Що стосується побажань з нагоди сімейних свят, а саме з нагоди весілля, майже 68 % американських респондентів замість виконання акту мови “побажання”, як це робили українські респонденти, виконували акт мови “привітання” за допомогою таких лінгвістичних формул, як “Congratulations”, “I’m so happy for you”, “That’s wonderful”, або жартів на кшталт “It’s about time”, “Better you than I”, які переважно виявлено в репертуарі американських респондентів чоловічої статі.

Порівняння американського та українського репертуарів побажань показує, що український репертуар є значно експресивнішим, творчим та оригінальним. Українські респонденти, передусім жіночої статі, уникали вживання сконвенціоналізованих побажальних формул так само, як і уникали бажати одне і те саме кожному. Відповідно до правил української ввічливості сконвенціоналізовані побажальні формули можуть сприйматися як нещирі, байдужі, особливо, якщо їх висловлюють близькі друзі, родичі чи навіть колеги по роботі. Чим більше лінгвістичних зусиль прикладається при виконанні акту мови “побажання”, тим більше прив’язаності та особистісного залучення він демонструє і тому буде вважатися більш ввічливим. В категоріях української ввічливості іллокуційна сила акту мови “побажання” полягає не тільки у вираженні мовцем його позитивного психологічного стану, а також у демонструванні мовцем, що адресат є для нього кимось особливим, не схожим на інших людей. Як це підтверджується зібраними даними, кожен тип відносин між мовцем та адресатом вимагає різного вербального коду, тому побажання, висловлені керівництву, дуже часто супроводжуються побажаннями успіху в кар’єрі, просуванні по службі, нових досягнень та доброго здоров’я, щоб добре керувати своїми підлеглими. Така помітна різниця вербальної поведінки українських респондентів пояснюється більшим значенням Р-влади [2] в українській культурі. Теж варто зазначити, що українські респонденти дуже конкретні у своїх побажаннях, вони завжди перераховують конкретні речі, які б зробили їх щасливими, та відповідно бажать те саме своїм адресатам. Тому, як це підтверджується зібраними даними, щастя це не просто щось абстрактне, а – добре здоров’я, щасливе сімейне життя, успіх, добробут, кохання тощо. Помітно велику різницю у використанні мови українськими респондентами чоловічої та жіночої статі. Сконвенціоналізовані побажальні формули на кшталт “Бажаю щасливого Нового року”, “Веселих свят” переважно виявлено у репертуарі українських респондентів чоловічої статі, які також використовували привітальні формули типу “З Новим Роком” або “З Різдвом Христовим”, тому що вони короткі та не вимагають великих лінгвістичних зусиль. У репертуарі українських респондентів жіночої статі, з іншого боку, було виявлено помітну перевагу у виборі вербальної поведінки, яка вимагає більших лінгвістичних зусиль. Це засвідчується дуже частим виконанням акту мови “побажання” у формі віршів. Наприклад:

З Новим роком, з новим щастям, мріями новими,  
Хай втікає лихо стежками старими,  
Хай Новий рік молоденький зійде до вас з неба  
І принесе у вашу хату все, що вам треба.

Українські жінки також тяжіють до явного вираження своєї емоційності та інтенсивно вживають: 1) зменшувальні суфікси, наприклад “Новий Рік молоденький”, або “маленький Ісусик”; 2) персоніфікації, наприклад: “Нехай Новий рік молоденький зійде до вас з неба і принесе у ваш дім все, що вам треба”; 3) алегорії, наприклад: “Щоб горе вас оминало, щастя в хату заглядало”; 4) метафори, наприклад: “вогнь пристрасті”; 5) епітети, наприклад: “шаленого кохання”; 6) порівняння, наприклад: “Бажаю діточок, як на небі зірочок”; 7) повторення, наприклад: “любові, любові, любові” або “здоров’я, здоров’я, здоров’я”.

Відповідно до наших результатів, найбільш помітну різницю між американськими та українськими побажальними формулами становлять побажання з нагоди весілля. Як українські чоловіки, так і українські жінки бажать своїм адресатам багато дітей, наприклад, словами “Нехай сім’я зростає”, або, як вже згадувалося раніше, “Бажаю діточок, як на небі зірочок”. Американські респонденти чоловічої та жіночої статі просто кажуть “Happy married life”, або “I wish you happy marriage”, і ні слова про дітей. Справжні друзі, сім’я, діти, спільний сніданок чи вечеря за сімейним столом мають дуже велике значення в українській культурі, тому вони так часто згадуються у побажаннях українських респондентів.

Що стосується американських підбадьорувальних побажань та побажань при прощаннях, то тут виявлено дві основні розбіжності, про які варто згадати. Широке використання наказових висловлювань типу “Make sure you interview them as well” американськими респондентами створює враження, що вони демонструють більшу спроможність пробудити рішучість у своїх адресатів, ніж українські респонденти, вербальна поведінка яких в ідентичних ситуаціях є м’якшою завдяки широкому

використанню розповідних висловлювань з перформативним дієсловом [1], наприклад: “Бажаю тобі успіху на співбесіді”. Наступною помітною рисою американських прощальних побажань є гумор, як, наприклад, “Do you think I would fit in your suitcase?” або “I can’t believe you are not bringing me”.

На другому рівні нашого дослідження за допомогою лексико-синтаксичного аналізу українські та американські репертуари було прокласифіковано відповідно до їхніх лексико-семантичних структур і пораховано частоту їх вживання для кожного репертуару. Згідно з нашими результатами, американські респонденти використовують дев’ять лексико-семантичних зразків під час виконання акту мови “побажання”. Серед них найчастіше вживаються еліптичні структури типу “Best wishes”, “Merry Christmas”, які становлять майже половину цілого американського репертуару, та явні імперативні формули, які налічують близько 35 %. Найменш вживаними та відповідно найменш прототиповими є розповідні речення з тентативними дієсловами [5], іллокуційна сила яких є слабшою, та *may*-імперативи. В українському репертуарі використовується 14 лексико-семантичних конструкцій. Хоча більшість лексико-семантичних формул, виявлених в українському та американському репертуарах, збігаються, частота їх вживання представниками цих культур відрізняється. Хоча еліптичні конструкції було теж виявлено і в українському репертуарі, їх відсоток є нижчим, ніж в американському репертуарі, і становить близько 38 %. Така сама тенденція спостерігається по відношенню до явних наказових форм, частота їх вживання в українському репертуарі майже вдвічі менша ніж в американському репертуарі. Натомість найбільш прототиповими конструкціями в українському репертуарі є розповідні речення з перформативним дієсловом, частота їх вживання в українському репертуарі є значно вища, ніж в американському. Дослідження показує, що українські респонденти уникають вживання стандартних еліптичних побажальних формул або тентативних конструкцій і надають перевагу більш розгорнутим лексико-семантичним конструкціям, що засвідчується частим вживанням Хай/Нехай імперативів в українському репертуарі та еліптичних розповідних конструкцій з інфінітивом, які взагалі не зустрічаються в американському репертуарі.

Аналіз реалізації акту мови “побажання” українськими та американськими респондентами довів, що вербальна поведінка представників цих культур значною мірою узгоджується з їх відповідними моделями культур. Отже, використання стилістичних засобів, подвійної гіпокористики, відмінна вербальна поведінка залежно від соціо-демографічних характеристик учасників цього акту мови, тенденція до використання розбудованих лексико-семантичних формул українськими респондентами, часте згадування друзів, сім’ї, дітей, а також чітка конкретизація матеріальних та духовних благ у побажаннях показує, що українська ввічливість полягає у виявленні солідарності, глибокій та особистій співучасті, і є наслідком моделі української культури, яка є жіночою, колективістською, з великим коефіцієнтом відстані до влади. З іншого боку, відсутність стилістичних засобів, гіпокористики, чіткої відмінності у вербальній поведінці американських респондентів залежно від соціо-демографічних факторів (керівник *versus* близький друг) на рівні дискурсу, загальні побажання здоров’я та щастя, вживання коротких побажальних формул типу “Happy New Year”, а також висока частота вживання явних наказових форм в американському репертуарі, а саме в підбадьорувальних побажаннях, значною мірою спричинені американською моделлю культури, яка характеризується індивідуалізмом, чоловічістю та низьким показником відстані до влади.

1. Austin J.L. *How to do things with words*. – Oxford: Clarendon Press, 1962. 2. Brown, P. and Levinson S.C. *Politeness: Some universals in language use*. – Cambridge: CUP, 1994. 3. Hall E. *Beyond culture into the cultural unconscious*. – New York, Doubleday & Company, Inc., 1976. 4. Hofstede G. *Cultures and organizations: A software of the mind*. – London: Harper-Collins Publishers. 1999. 5. Lubecka A. *Requests, invitations, apologies and compliments in American English and Polish: A cross-cultural communication perspective*. – Kraków, 2000. 6. Sapir E. *Culture, Language and Personality: Selected Essays*. David G. – Mandelbaum. 1962. 7. Searle J.R. *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. – Cambridge: CUP, 1989. 8. Trompenaars F. *Riding the waves of culture. Understanding cultural diversity in business*. The Bath Press: The Economist Book, 1993.