

УДК 811.161

## ДО ПИТАННЯ ПРО НАЦІОНАЛЬНІ СТИЛІ КОМУНІКАЦІЇ

**Манакін В.М., Манакіна Н.М.**

*Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

*Стаття присвячена огляду національних стилів комунікації в сенсі розбіжностей, що зумовлені етнічними світоглядами, традиціями спілкування та соціальної поведінки, та встановленню стилю комунікації, який є характерним для українців.*

**Ключові слова:** міжкультурна комунікація, етностилістика, стиль комунікації.

Відомий американський бізнесмен Річард Р. Гестеланд так пише про особливості ділового спілкування, які він помітив серед росіян: «В основному бізнес в Росії робиться віч-на-віч. Дуже важливими є приватні візити та часті телефонні дзвінки. Цим же характеризуються й інші орієнтовані на взаємостосунки бізнес-культури Азії, Близького Сходу, Африки, Латинської Америки та багатьох країн Східної Європи.

У встановленні атмосфери взаєморозуміння гарною змазкою є горілка. Бізнесмен, який відправляється до Росії, повинен мати здорову печінку і хорошу голову» [2, с. 175].

І це зовсім не жарти, а цілком серйозні поради, котрі, на думку автора, мають допомогти успішним контактам у глобальному міжкультурному просторі.

Насправді йдеться про необхідність певних знань щодо різних особливостей і навіть стилів комунікації, які притаманні різним національним спільнотам. Такі знання необхідні передовсім фахівцям із соціальних комунікацій, журналістам, спеціалістам з реклами, пиару, звичайно ж бізнесменам, перекладачам, працівникам туристичної галузі та ін. Маючи уявлення про те, що представники різних національних культур по-різному сприймають завдання та «надзавдання» комунікації, неоднаково зчитують (декодуєть, розшифровують для себе) одержану інформацію та передають (коднують) інформацію при спілкуванні, можна запобігти багатьох ситуативних непорозуміннь на ґрунті міжнаціональних відмінностей. «Ми не сваримось! Ми араби», - щиро пояснив літнім британським туристам в Тегерані гід, побачивши, як вони реагують на манеру спілкування місцевих жителів на базарі.

*Метою* статті є стислий огляд найголовніших різновидів так званих *національних стилів комунікації*, які продиктовані не просто інтенціями спілкування, а власне національними й ширше – світоглядно-етнічними розбіжностями.

В якості *об'єкта* обговорення можна назвати *етностилістику* як відносно нову галузь знань, що вивчає національні особливості комунікативної поведінки, тобто закріплені традицією, стереотипні звички спілкування, які прийняті у певному

національному соціумі [4]. Термін *стиль* у цьому випадку співвідноситься, власне, не з мовою, а із самою людиною, й ширше – з певною людською (національною або етнічною) спільнотою, яка користується усталеним й зрозумілим у своєму середовищі арсеналом вербальної та невербальної комунікації.

Оригінальні (в сенсі – самостійні, не запозичені) вітчизняні та російські праці з цього питання майже відсутні. Тому будемо спиратися в основному на дослідження зарубіжних вчених, зокрема американця Уільяма Гудикунста (W. B. Gudykunst) та його школи, які розробили теорію комунікативних стилів, що широко поширюється й перевіряється на практиці у багатьох країнах світу (див., напр.: [7; 8]).

Теорія комунікативних стилів, своєю чергою, базується на параметрах комунікативно зумовлених розбіжностей більш широкого порядку, які описані в працях класика з міжкультурної комунікації Едварда Хола. Йдеться, зокрема, при вже загальноприйняте протиставлення **вузькоконтекстних** (букв. *низькоконтекстних* з англ. *low-context*) та **ширококонтекстних** (букв. *висококонтекстних* з англ. *high-context*) культур [9, р. 79].

Культурний контекст включає багато складників, які забезпечують повноту соціального комфорту для людини. Це те середовище, в якому виростає людина і в якому вона повноцінно розуміє інших і знає, що так само зрозуміють і її.

Так звані *ширококонтекстні культури* (Китай, Японія та ін.) для досягнення повного порозуміння потребують гарного знання усього контексту спілкування. І не тільки ситуативного (власне дискурсивного), а широкого, в тому числі – культурно-історичного, релігійного, філософського, ідеологічного і т.д. Тільки мовне спілкування у цих культурах може бути ненадійним. Недарма японську бесіду описують як гру недомовок або айсберг, де найголовніша сутність може навмисно приховуватись мовними засобами.

Для того, щоб пояснити, що таке широкий контекст комунікації, Е. Хол наводить приклад про двох підлітків, які виростили разом і можуть спілкуватися набагато економніше, ніж двоє суддів або політиків, адміністраторів та ін., коли їм треба дійти якогось спільного висновку. Взаєморозуміння між цими підлітками буде набагато вищим, ніж навіть між матір'ю та її сином, який намагається пояснити їй, чому він в'язався у бійку [10, с. 49].

Культури *вузького контексту*, в термінах Е. Хола, навпаки, є більш прямолінійними, інформативно достатніми, оскільки все, що треба сказати, говориться за допомогою мови. Типовим прикладом вузькоконтекстної культури є американська. Хоча і там не бракує мовних пасток – випадків, коли мова приховує реальну ситуацію. Чого варті тільки кліше-відповідь *I am fine* (Я в порядку, Мені добре) на запитання *Are you OK, How are you* (Ти в порядку? Як ти?), яке звучить з вуст навіть смертельно поранених в американських книжках і фільмах.

Україна, так само як і Росія, генетично та культурно споріднена країна, відноситься, очевидно, до третього, «проміжного» типу культур, де однаково важливими є більш-менш чіткі мовні засоби спілкування та знання широкого національно-культурного контексту, а також певних невербальних деталей комунікації, якими користуються українці як нація, що в цілому не приховує своїх емоцій.

Микола Бердяєв свого часу писав, що Росія – це «християнський Схід», який протягом двох століть підпадав під сильний вплив Заходу і у своєму верхньому культурному шарі асимілював усі західні ідеї. Протиріччя російської душі визначалося складністю історичної долі, протиріччям в ній східного та західного [1, с. 8]. Пригадаймо також крилате: *Да, скифы – мы! Да, азиаты – мы* (О. Блок). Весь цей час Україна була частиною цього процесу, а Західна Україна ще й історично – частиною країн Західної Європи, що і зумовило певну синкретичність українського типу культурно-комунікативних традицій.

Визначення комунікативного стилю так само, як і типу культурного контексту, зумовлюється кількістю та/або цінністю для певної національно-культурної спільноти самого акту розмови, живого мовного спілкування. На цій основі У. Гудикунст запропонував такі основні дихотомії стилів комунікації: 1) *прямий (direct) – непрямий (indirect)*; 2) *деталізований, розгорнутий (elaborate) – згорнутий, лаконічний (succinct)*; 3) *особистісний (personal) – контекстуальний (contextual)*; 4) *інструментальний (instrumental) – афективний (affective)* [7, pp. 99-115]. Варіації цих стилів можуть існувати в кожній культурі, але якийсь стиль, як правило, переважає. Розглянемо їх детальніше лише *перші дві* дихотомії та спробуємо співвіднести ці стилі з типовими для нас, українців, особливостями спілкування.

**Прямий і непрямий стилі** пов'язуються з тим, наскільки безпосередньо та відкрито мовець висловлює свої наміри. При прямому стилі думки та наміри, формулюються максимально повно безпосередньо за допомогою мови. Прямий стиль є характерним для таких культур, як американська, британська, австралійська, німецька, ізраїльська та ін. Широко уживаними для американців є фрази типу *без сумніву, без питань, на сто відсотків, я впевнений* та под., які постійно підтримують модус переконання, впевненості в тому, про що говориться. Погодимось, що в нашому мовленні подібні мовні засоби переконання теж не є винятком.

Проте для нас не є характерною прямолінійна відвертість американців, що є предметом іронії з боку інших націй. «Ми настільки прямі та відверті, – говорять самі американці, – що ми навіть оголошуємо усім присутнім в кімнаті, коли збираємось до туалету, на кшталт: *Я зараз повернуся. Мені треба в туалет*» [12, с. 219]. Ми в таких випадках уживаємо «езопові», евфемістичні конструкції типу: *Я на хвилинку відлучуся; Вибачте, мені треба вас залишити не надовго* або жартівливі штампи – *Я на хвилю – підпудрити носик (жінки); Зараз повернуся – тільки підправлю краватку (чоловіки)* та ін.

В Ізраїльській культурі існує спеціальний термін *dugri* (розмова напрому), що передбачає простоту, прямоту та чесність спілкування – риси, які там вважаються національними чеснотами. Німці також цінують відвертість та прямоту міжособистісних стосунків і з презирством ставляться до прийнятих у суспільстві пустопорожніх балачок, або звичок почесати язика, як ми кажемо.

Прихильність до **непрямого стилю комунікації** спостерігається у східно-азійських (ширококонтекстних) культурах, де високо цінується ввічливість та гармонія стосунків. Японці, щоб не виявити зайвої самовпевненості, часто використовують модальність неозначеності за допомогою слів *напевне, мабуть, можливо* та под. Дітей привчають не бути дуже самовпевненими, а японські матері

завичай уживають риторичні питання та відповідний тон голосу для висловлення незадоволення поведінкою дітей.

Японці вважають, що вербалізація псує цінність справжніх почуттів. Для них порозуміння одне одного без будь-яких слів набагато важливіше, ніж словесне спілкування. Здатність безпомилково збагнути думки та почуття іншого без слів є свідченням тісних стосунків між людьми. Як це все знайомо і нам, слов'янам! Особливо в ситуаціях, коли все зрозуміло буває і без слів.

На думку фахівців, для японців *неомовленість* ситуації є ціннісною рисою, і через це саму Японію називають «культурою без слів» (“*a culture of no words*”) [11, р. 43]. Вважається, що це явище пов'язане із особливим ставленням японців до маскулинності (від лат. *masculinus* 'чоловічий'), тобто високому шануванню справжніх чоловічих якостей. Згідно з японським ідеалом, чоловік – це сильна постать, скупа на слова, людина, яка не відкриває особистісних слабостей, ніколи не жаліється і т. ін., особливо власній дружині [11]. Мимоволі виникає запитання: *А як поводяться наші чоловіки?*

І тут важко не погодитись, що українська ментальність посідає серединну позицію щодо маскулинності/феміності. З одного боку, ми маємо ідеал козацької мужності, витримки, твердості і т.д. З іншого боку, українців сприймають як «мінорну», «сльозливу» націю, яка відома в світі не тільки чудовими, проте дуже сумними народними піснями, але і тим, що український народ вирізняється довготерпінням, спроможністю переносити пригнічення, соціальною покірністю, що є жіночими рисами в термінах теорії маскулинності/феміності.

Щодо шлюбних стосунків стереотипне уявлення про українського чоловіка програє не тільки японцям, а й росіянам, у яких типовий чоловік – справжній і, як правило, суворий голова сімейства, а не підкаблучник. Через те у давнину перед тим, як вступати до шлюбу, російська наречена ніч проводила у сльозах у спеціальному «плакательному сарафані». Для українських наречених такого звичаю не передбачалось.

Порівняння вербальної поведінки українців та інших східних слов'ян з представниками східно-азіатських культур також не є однозначним. Українські чоловіки в цілому не багатомовні (винятки, звичайно, є), проте в принципі готові відкрити своє серце і *поговорити по душах* як з жінкою, так і з чоловіком навіть у «вагонних» ситуаціях, тобто із малознайомими людьми під час подорожей.

*Деталізований*, або *розгорнутий стиль комунікації* протиставляється *згорнутому (лаконічному) стилю* за ознакою кількості виразних образних засобів мовлення. В різних країнах і в різні часи «норма» таких засобів є неоднаковою. Так, в часи Давньої Русі (приблизно з XIV ст.) з'явився спеціальний *стиль плетіння слівес*, який вирізнявся нарочитою вичурністю, пишністю і був проявом високо шанобливого ставлення до опису життя особистостей, подій та ін. Підкреслена красномовність, шанобливість звертань (*вельмишановний пане, милостивий государю та под.*), невиправдане змістом багатослів'я зберігалися як обов'язкові атрибути листування аж до кінця XIX. Сучасний стиль листування, особливо електронних меседжів, навпаки, може бути настільки стислим, що навіть і звертань не містити, а тільки конкретну інформацію.

Араби, афро-американці, народи близького Сходу більшою чи меншою мірою зберігають традиції розгорнутого стилю спілкування, коли цінується яскрава образність, метафоричність, красномовність, що є ознакою поваги до співрозмовника і до самого процесу спілкування. Виявляється, що найбільш розповсюдженою формою розваги в арабському світі є *розмова!* В.Е. Шагаль у своїй книзі про арабський світ так описує цю особливість:

Арабам дуже подобається вести довгу бесіду, дискусію, особливо під час обіду, обговорювати їжу, кожну страву, яка подається, окремо та випивати багато чашок кави або чаю. Звичними темами бесід є також останні новини різноманітного характеру, внутрішнє життя країни, політичні події, особисті справи, стан здоров'я ... Якщо ви опинились у чоловічій компанії, тут можна почути різні плітки, історії, анекдоти. Спостерігається надмірна, з європейської точки зору, реакція на кожне влучне, дотепне зауваження, прислів'я [6, с. 75].

Ритуал бесіди на Сході важко переоцінити. Навіть коротка бесіда про здоров'я, родину та ін. до початку конкретних ділових перемовин може принести більше успіху, ніж наступний період власне переговорів.

Крім самого процесу бесіди, важливим, зокрема для мусульманського світу, є шанобливе ставлення до форми висловлення думки, до мови в цілому. Відомий кувейтський вчений Абдеррахман аль-Баззас зауважив: «Наша арабська мова – основа нашої національної цілісності». Можливо, в цьому відчувається історична ностальгія за Арабським Халіфатом – розквітом мусульманської імперії та її дивовижною цілісністю, в основі якої були релігія і мова, які також сприймаються як щось неподільне.

Справа в тому, що, на відміну від християнської Біблії, значна частина тексту Корану – це римована проза. І якщо читати Коран вголос арабською мовою, то його ритм, краса самої мови та глибина самого змісту справляють дивовижний поетичний та естетичний ефект. Досконалість мови Корану, на переконання мусульман, доказ його божественного походження. Коли його цитують вголос, у віруючих можуть з'являтися сльози на очах. Біблійні тексти, до речі, теж мають неабияку силу впливу на християн, що підсилюється прийнятою манерою їх читань у вигляді піснопінь з особливим інтонаційним малюнком, чого спеціально навчаються в духовних семінаріях.

Мусульмани виявляють повагу як до усної, так і до писемної форм мови, проте найвищою повагою користується писемна мова. Деякі набожні люди вважають, що друкована і вже використана продукція має бути спалена, оскільки там може бути ім'я Аллаха. Очевидці твердять, що у них на підлозі ви не побачите паперу, плакатів, газет та іншої продукції арабською мовою. В мусульманських країнах не тільки вдома, але і на вулиці розвішані уривки із священного писання – свого роду обереги від «диявольського ока» [6, с. 62].

Отже, так званий розгорнутий стиль комунікації, який поширений серед арабів зобов'язаний своїм виникненням передовсім Корану, досконале вивчення якого і сьогодні входить до програми шкіл у багатьох мусульманських країнах, а люди, які вміють цитувати великі уривки з Корану («хафізи»), традиційно користуються великою повагою.

*Згорнутий, або лаконічний стиль комунікації* – це стиль, де найголовнішу роль відіграють не слова, а паузи і мовчання. Цей стиль притаманний так званим ширококонтекстним культурам, де, як зазначалося вище, невербальні засоби передачі інформації є не менш, а інколи більш важливими, ніж спілкування за допомогою слів. У японців, наприклад, існує спеціальний концепт *МА: навмисне мовчання між словами, яке також має значення і несе смислове навантаження* [10, р. 208].

Однак японці, а також деякі інші східні нації, як правило, не видають своїх очей як джерело інформації. Дивитись прямо у вічі там не прийнято, як у нас, де очі слугують дзеркалом душі, а часто і думок.

Нарешті, *точний стиль комунікації*, який характеризує спілкування американців (більшою мірою) та європейців, є надбанням розвитку цивілізації. Революція комунікативних технологій за сто з невеликим років (від телеграфу і телефону – до інтернету) разом із поширенням та зміною стилю ділових стосунків, які стали менш формальними, створили звичну для сучасника форму спілкування. І вже, власне, не спілкування, а скоріше – *контактування*, такого собі інформативного обміну *без зайвих слів*, навіть на рівні побутових відносин, телефонних розмов, звичайно ж, електронної пошти.

Інакше кажучи, точний комунікативний стиль – це стиль так званих вузькоконтекстних культур, де все, що ти говориш сприймається буквально і потребує чіткості. Багатозначність та метафоричність є для такого стилю не прикрасою, а серйозною перешкодою. Це той випадок, коли мова, за Л. Вітгенштейном, має долати думки. «Уточнюйте значення слів, – писав Ф. Ніцше, – і ви позбавите світ половини непорозумінь». Для сучасного ділового спілкування це є дуже актуальним. Точний стиль комунікації близький до давньогрецького поняття *кількісної максими* у спілкуванні, який означає, що *особа має надавати ані більше, ані менше інформації, ніж це потрібно*. Цього треба вчитися усім, в тому числі нам, слов'янам.

*Висновки:* 1) Успішність міжкультурного спілкування визначається не лише знанням мов. Мова є лише необхідною передумовою комунікації. Важливим є відчуття стилю, загального настрою спілкування, який притаманний певній культурі. «Мові не можна навчити, її можна тільки пробудити в душі», – писав В. фон Гумбольдт. Ще більшою мірою це стосується відчуття стилю комунікації.

2) Розглянуті комунікативні стилі мають певну національно-етнічну та ментальну зумовленість, що варто враховувати у будь-яких формах соціальних комунікацій.

3) Українській нації не притаманна перевага жодного з розглянутих комунікативних стилів, що також зумовлено особливостями культурно-історичного розвитку нації. У цьому криється неабияка перевага для нації, яка може набагато легше віднайти шляхи порозуміння з представниками інших країн, а також в різностильних комунікативних умовах та ситуаціях.

Цікавою *перспективою* цієї тематики є зіставний аналіз національних комунікативних стилів на прикладі мас-медійних видань, преси, радіо, телебачення, інтернет-видань тощо різних країн світу.

### Список літератури

1. Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма / Н. А. Бердяев. – М.: Наука, 1990.
2. Гестеланд Ричард Р. Кросс-культурное поведение в бизнесе [пер. с англ.] / Ричард Р. Гестеланд. – Днепропетровск, 2003.
3. Ларина Т. В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: [монография] / Т. В. Ларина. – М.: Изд-во РУДН, 2003.
4. Ларина Т. В. Коммуникативная этностилистика и ее задачи / Т. В. Ларина // Актуальные проблемы коммуникации и культуры. Вып. 3: Междунар. сб. науч. трудов. – Пятигорский гос. лингв. ун-т. – М.; Пятигорск, 2006. С. 315-322.
5. Лебедева М.М. Вам предстоит переговоры / М. М. Лебедева. – М.: Экономика, 1993.
6. Шагаль В.Э. Арабский мир: пути познания. Межкультурная коммуникация и арабский язык / В. Э. Шагаль. – М.: Институт востоковедения РАН, 2001.
7. W.B. Gudykunst and S. Ting-Toomey. Verbal Communication Styles, in: Culture and Interpersonal Communication, ed. W.B.Gudykunst and S. Ting-Toomey. – Newbury Park, Calif.: Sage, 1988. – Pp. 99-115.
8. Gudykunst, William B. An Anxiety/Uncertainty Management (AUM) Theory of Effective Communication: Making the Mesh of the Net Finer. Working draft chapter prepared for Theorizing about Communication and Culture. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://commfaculty.fullerton.edu/bgudykunst/AUMeffectivecomm.doc>
9. Hall E.T. Beyond Culture. – Garden City, N.Y.: Anchor/Doubleday, 1976.
10. Hall E.T. / Hall. M. Hidden Differences. Studies in International Communication. How to communicate with the Germans. – Hamburg, 1983.
11. Iwao S. The Japanese Woman: Traditional Image and Changing Reality / S. Iwao. – Cambridge: Harvard University Press, 1993.
12. Neuliep James W. Intercultural Communication. A Contextual Approach. Second Edition / James W. Neuliep. – Boston. New York: Houghton Mifflin Company, 2003.

*Манакин В.М., Манакина Н.М. К вопросу о национальных стилях коммуникации // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.64-70.*

*Статья посвящена обзору национальных стилей коммуникации в смысле расхождений, обусловленных этническими мировоззрениями, традициями общения и социального поведения, а также определению стиля коммуникации, который характерен для украинской нации.*

**Ключевые слова:** *межкультурная коммуникация, этностилистика, стиль коммуникации.*

*Manakin V.M., Manakina N.M. On the problem of national styles of communication // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.64-70.*

*The paper devoted to national style of communication in terms of diversities depended on ethnic world-views, customs of communication and social behavior, and defining specific of Ukrainian communicative style.*

**Key words:** *cross-cultural communication, ethnostylistic, style of communication.*

*Поступила до редакції 02.08.2011 р.*