

Elena Hadzhieva, Reni Manova

(Bulgaria, Sofia University *St. Kliment Ohridski*, Faculty of Slavic Studies, Department of Bulgarian as a Foreign Language)

You Speak Wonderful Bulgarian!

Abstract: Etiquette phrases are fixed formulae which simultaneously incorporate and reinforce common attitudes. They are frequently used in colloquial speech. Knowledge of accumulated folk wisdom as expressed in etiquette units assumed to be familiar to everyone is a significant component of the linguistic aspect of sociocultural competence. The main goal of this article is to present good methodological practices involved in teaching Bulgarian to foreign students. To ensure that students not only understand etiquette phrases but also learn how to use them, the teacher should present examples in context and use real life, authentic material in order to accelerate the process of acculturation to the new language environment.

Key words: etiquette, compliments, approval, foreign students

Елена Хаджиева, Рени Манова

(България, СУ „Св. Климент Охридски“, ФСФ, Катедра „Български език като чужд“)

Говорите чудесен български

Според Общата европейска референтна рамка на езиците комуникативната компетентност включва лингвистична, социолингвистична и прагматична компетентност. Лингвистичните маркери, означаващи социалните релации, са разнообразни в различните култури и се детерминират основно от няколко групи фактори, сред които роднински отношения, степен на близост между комуникаторите, стилистичен регистър на текста, в който са употребени (ОЕЕР 2001: 119). Сред тези маркери се нареждат:

1. Поздрави при пристигане, при запознанство и представяне, при приключване на комуникацията;
2. Обръщения (официални, неофициални);
3. Конвенции при вземането на думата;
4. Експлетивни изрази (възкличания).

За чужденеца в новата езикова и културна среда е от първостепенно значение да се снабди с лексикален запас, който да му подсигури адекватно общуване с околните и да му позволи пълноценното включване в най-разнообразни социални дейности. При изучаването на българския език като чужд редица наблюдения потвърждават факта, че „по-доброто усвояване на езиковите умения у обучаваните кореспондира с по-доброто

ориентирани в сферата на национално специфичната култура на общуване в чуждата среда, каквато е за тях българската“ (Хаджиева 2014: 7).

Целта на настоящата статия е да очертае някои трудности при употребата на етикетните формули за изразяването на **комплимент** и **одобрение** от чужденците, учещи български език.

Традиционно културата на общуване се свързва с нравствени понятия като вежливост, уважение, добронамереност, уместност, като нейното проявление – културата на речта – предполага спазването на определени езикови норми и предписания, а също и използването на подходящи езикови средства (етикетни формули), съобразени с условията на съответната комуникативна ситуация.

Една от целите на чуждоезиковото обучение е постепенното изграждане в съзнанието на обучаваните на концептите за чуждата култура на общуване и усвояването на езиковите модели на етикетното поведение. По този начин се формира езиково-етикетната компетентност, т.е. знанията за етикетните единици от темите на речевия етикет. Речевият етикет се определя като „система от регулиращи правила за речево поведение, от националноспецифични стереотипи, устойчиви формули на общуването, приети и утвърдени от обществото за установяване на контакт между събеседниците, за поддържане и прекъсване на контакта в избрана тоналност“ (Формановская 2002).

Особено внимание в международните чуждоезикови практики напоследък се отделя на социо- и интеркултурния контекст в обучението по чужд език, като взаимодействието между език и култура се определя като образователна политика, залегнала в основата на межкултурното общуване и процесите на глобализация на съвременното общество. Межкултурната компетентност включва освен знанията, свързани с моделите на общуване в чуждата езикова среда, също и умението за практическото им прилагане. Дали даден модел на общуване е допустим, или подходящ за дадена комуникативна ситуация, дали се харесва, или не – това зависи от индивидуалното възприятие на отделната личност и представителството на собствената му култура. Така изграждането на межкултурна компетентност има съществена роля и способства за възпитаването на толерантност по отношение на другостта и различието на духовните ценности, изразяващи се в културните специфики на отделните общества. Усвояването на речевите етикетни единици и нормите на етикетното поведение на чуждата култура е базисът за отворения межкултурен диалог, без който е невъзможно пълноценното общуване, осъществявано чрез реализацията на съответните комуникации в различните сфери на личния и обществения живот.

Умението да се направи комплимент е свързано със способността на говорещия да акцентира върху детайли и да дава положителна оценка за качествата на комуникативния си партньор. Това дава основания комплиментът да се разглежда в тясна връзка с похвалата. Според Ю. Стоянова (Стоянова 2006) в семантичен план и двата речеви акта съдържат положителна оценка на качество, свойство, действие, състояние, дейност или обект, които имат отношение към адресата. Но, докато похвалата може да е деперсонализирана, комплиментът изисква да бъде възприет от събеседника и съотнесен с него, независимо дали „похваленият“ е пряк адресат или трето лице в диалога. Следователно изказването „Чудесна кола!“ е комплимент, ако е отправено към собственика ѝ или поне е казано в негово присъствие. Същото изказване е просто израз на позитивна оценка, ако се отнася за най-новия модел на „Мерцедес“,

изложен в магазина. Изразяването на комплимент обикновено надхвърля отделната реплика и се реализира в диалога. Най-често комплиментите са част от стратегиите за начало на комуникация, но могат да се използват и като средство за промяна на темата на общуването. Приключването на разговора също често е придружено от изказване на различни видове похвали, например:

– *Всичко беше прекрасно: и вечерята, и компанията! (сбогуване на гост с домакинята на събитието).*

– *Удоволствието беше наше!* (цит. по Стоянова 2006).

Използването на комплименти има своята специфика, която се определя от характера на общуването. В официална обстановка комплиментите са по-пестеливи, езиковото им оформяне следва определени етикетни формули. Задължителна е употребата на учтиви глаголни и местоименни форми за мн.ч. Често се използва наречието *много*, което маркира високата степен на изразената оценка.

Преди да се представят резултатите от анкетното проучване сред чуждестранните студенти за употребата на етикетните формули, е важно да се представят накратко основни изводи от някои основополагащи изследвания в областта на българския речев етикет, сред които: К. Цанков (Цанков 1994), М. Стефанова (Стефанова 1992), Л. Манолова (Манолова 2008), Ст. Мицева (Мицева 2011), Р. Стоянова (Стойнова 2012).

Съвременният изследовател на речевия етикет К. Цанков представя следната дефиниция на етикетните формули: „етикетните формули се основават върху социокултурни норми, които представляват специфично отражение на определени типове поведение в обществото и са свързани с такива екстралингвистични понятия като възпитание, благоприличие, вежливост, човечност, доброжелателност, гостоприемство и др.“ (Цанков 1994: 10).

Цанков разделя формулите на речевия етикет на две групи. Към първата група авторът причислява старите етикетни формули, наречени още традиционни, които са засвидетелствани в езика от по-стари периоди. Примерите, които са приведени, са *добро утро, добър ден, добър вечер, добре дошъл, сбогом*. Втората група според Цанков обхваща онези етикетни формули, които са възникнали на по-късен етап от развоя на езика и са се установили в рамките на определени социално-исторически периоди на родна почва като *приятен ден, приятно пътуване, приятно прекарване* или пък са резултат от взаимодействие с други езици, т.е. това са заети или калкирани форми, сред които *здрасти, колагеле, чао, добър апетит*. Следователно в рамките на втората група може да се обособят две подгрупи: на домашни и заети етикетни формули.

Както подчертава К. Цанков, от важно значение при избора на дадена етикетна формула в съответната комуникативна ситуация е социалният статус на събеседниците, т.е. дали отношенията им са симетрични и се основават на солидарност и равнопоставеност, или са несиметрични, т.е. могат да бъдат подредни или надредни.

К. Цанков прецизира наблюденията си и изработва критерии за това кои езикови образувания могат да се причислят към етикетните формули. Според него това са „езикови единици, служещи за привличане на вниманието на събеседника, за изразяване на специфично отношение (уважение, респект, благосклонност) към адресата, за поддържане на определен тип речево поведение, за характеризиране на което се употребяват екстралингвистични определения като учтивост, вежливост, добро възпитание, етикеция“ (Цанков 1994: 19). Езиковите единици трябва да отговарят

на три структурно-семантични изисквания, за да се причислят към етикетните формули. Първо, те трябва да са устойчиви възпроизводими формули, равняващи се на лексеми и на фразеологични съчетания. Второ, трябва да съдържат набор от конотативни признаци като официалност, уважителност, социална дистанция. Трето, да бъдат общоупотребими, т.е. да са добре познати на всички членове на езиковия колектив.

Освен това Цанков разглежда особеностите при функционирането на етикетните формули на различни езикови равнища – морфологично, лексикално-семантично, синтактично и т.н.

Чрез употребата на етикетните формули се реализират различни езикови функции. Ако се възприеме моделът на Р. Якобсон, тези езикови формули биха изпълнявали фактическа и апелативна функция. От една страна, чрез тях се осъществява и поддържа контактът между комуникаторите, а от друга, чрез тях се оказва въздействие върху адресата. К. Цанков не работи експлицитно с модела на Р. Якобсон, но по сходен начин определя функционалното поведение на езиковите конструкции, дефинирани като етикетни формули. Той подчертава, че етикетните формули могат да се разглеждат като маркери за начало и край на диалога, т.е. те са важна съставка от цялостния процес на комуникация.

К. Цанков засяга и въпросите за транслатологията на етикетните формули. Той отбелязва, че в българския език съществуват етикетните формули *Добър вечер* и *Приятна вечер*, чрез които се предават нюанси в смисъла. Първият поздрав се използва при среща, докато вторият – при раздяла. Във френския език обаче се употребява единствено *Von soir*. Трябва да се подчертае, че чрез различията при етикетните формули се поставя въпросът за релативизма в лингвистиката, т.е. доколко дадени езикови единици са иманентни само за езиковата система на дадена култура и отразяват когнитивния опит на носителите на конкретен език. Въпросът за категоризирането и концептуализирането на обкръжаващата действителност в езика е засегнат и от Г. Лийч в неговия труд. Той дава пример с думата *река*, на която в английския език съответства един звуков комплекс и се разпознава една категория *river*, докато във френския език се прави диференциация между *река*, вливаща се в морето *fleuve*, и *река*, която е приток *rivière* (Лийч 1978: 30).

Радостина Стоянова прави подробен преглед на поздравите и на етикетните формули при общуване на български език, като търси съответствията в руски и английски език. За по-голяма прегледност авторката представя информацията в табличен вид. Ето малка част от нейната таблица за ориентация (Стоянова 2012: 11):

Български	Руски	Английски
<i>На добър път!</i>	<i>В добрый путь!</i>	<i>Good journey to you!</i>
<i>Добре дошъл!</i>	<i>Добро пожаловать!</i>	<i>Welcome!</i>
	<i>С приездом! (мн.ч.)</i>	

Ст. Мицева дефинира речевия етикет, като подчертава, че той носи етноспецифичните особености на дадената езикова общност и е „резултат от многолетен развой“ (Мицева 2011: 28). Според нея етикетът при общуване се формира в резултат на множество екстралингвистични фактори, сред които се открояват обществените конвенции, проявяващи се в отделните социокултурни и исторически контексти, както и личностните характеристики, вкусовете и нагласите на носителите на езика. Авторката отстоява виждане, което се припокрива с представената концепция

на К. Цанков. Може да се обобщи, че редица несобственоезикови фактори влияят върху етикецията при общуване.

Според Ст. Мицева спецификата на цялостната комуникативна ситуация е от значение при анализа на етикетните формули. Особено място заема факторът статус на комуникантите, тъй като в зависимост от отношенията между тях се прави избор дали да се приложи учтивата форма на обръщение, или да се използват други, неформални механизми за осъществяване на контакт.

Авторката застъпва убеждението, че речевият етикет е инструмент за подбор на подходящи езикови и паралингвистични средства в различните сфери на общуване, т.е. тя възприема по-широк подход към етикецията при общуване, при който се отделя внимание на цялостното езиково поведение на комуниканта. Ст. Мицева уточнява, че между езиците не е налице напълно припокриване на етикетните формули – поздрав и докато в българския език съществуват три поздрава с оглед различното време от денонощието, то в полския език поздравът за светлата част от денонощието е само един *Dobry dzień* (срв. в българския език *Добро утро!*; *Добър ден!*).

При запознаване често използвани изрази са *Приятно ми е*; *Приятно ми е, казвам се*. Ст. Мицева ги дефинира като обичайно използвани етикетни формули в българската езикова среда.

М. Стефанова прави преглед на етапите на развитие на българския речев етикет (Стефанова 1992). Тя обвързва неговия развой със значимите социкултурни периоди в българска среда: епохата на Възраждането, след Освобождението, след Втората световна война, след 10 ноември 1989 г.

М. Стефанова изтъква, че през Възраждането заедно с формирането на националното самосъзнание се създава и българският речев етикет. Ключови книги в този процес са „Христоматия“ на Р. Попович и „Писменник“ на С. Доброплодни.

„Христоматия“ на Р. Попович се разглежда като първото ръководство по култура на поведението, като в него акцент се полага върху невербалния характер на общуването, докато в „Писменник“ на С. Доброплодни се залага на вербалния етикет.

След Освобождението от прегледа на М. Стефанова става ясно, че основна роля има „Пространен писмовник“ на Хр. Генадиев от 1881 г. По това време се налагат етикетните обръщения *господин*, *госпожа* и *госпожица*. Авторката отбелязва, че модата при речевия етикет е отразена в следване на европейските формули за учтивост. По този начин се налага и се регулира употребата на формите *ти* и *Ви*.

След 9 септември 1944 г. се налагат нови обръщения, свързани с оформящия се социалистически ред, като *другарю*, *другарко*. Важно е да се отбележи, че като значима разработка след 1989 г. Стефанова извежда работата на К. Цанков. Неговите възгледи вече бяха представени подробно по-горе.

М. Стефанова достига до извода, че речевият етикет е обвързан с езиковата мода и „духа на времето“.

Друго съвременно изследване принадлежи на Л. Манолова. Според нея като основно понятие в речевия етикет трябва да се разглежда етикетната формула. Авторката дава следната дефиниция: „с етикетната формула назоваваме езиковите единици, чрез които привличаме вниманието на събеседника и изразяваме специфични отношения като уважение, респект, благодарност, благосклонност и т.н.“ (Манолова 2008:40). Манолова извежда и инвариантните ситуации, в които се използват етикетните формули, сред които обръщения към познати и непознати, запознанства, поздрав при срещи и раздели, благодарности при получаване на подаръци, извинения, покани и комплименти.

Авторката прави диахронен преглед на българския речев етикет. Манолова говори за народен речев етикет, включващ елементи като *добра стига; да е хаирлия; да илядиш; сполай ти; Господ здраве да ти дава*. Тя обособява и старобългарски речев етикет, включващ пожеланието *цяловати* от *цяль*, което означава да бъдеш цял, т.е. здрав.

Както бе отбелязано, усвояването на етикетните формули е сред основните приоритети на съвременното чуждоезиково обучение. Следователно е важно да се проследи езиковата култура на чужденците, засягаща употребата на етикетните единици.

След анкетно проучване, свързано с речевото етикетно поведение, сред чуждестранни студенти (около 80 души) в СУ със степен на владеење на българския език „среднонапреднали“ и „напреднали“ и с различна национална принадлежност – носители на руския език, чехи, поляци, французи, немци и италианци, резултатите показаха следното:

1. Поздравите и официалното представяне се усвояват много добре;
2. Благодарностите – също;
3. С най-ниска фреквентност на употреба, вследствие смесването на значенията на изразите, се оказват етикетните единици „комплименти“ и „одобрение“.

Затрудненията при усвояването на тези етикетни формули се дължат на липса на лексикален аналог (в повечето случаи) в родния език и на функционирането на различен тип синтактична конструкция в двата езика.

Например изразът „Много мило от Ваша страна“ студентите превеждат от руски „Очень мило с вашей стороны“. Тук носителите на руски език нямат затруднения, но аналогът от чешки е „Je to od Vás moc milé“, т.е. двата израза са с различни синтактични конструкции и при буквален превод, типичен най-вече за начинаещи и среднонапреднали, се допускат интерферентни грешки, вследствие на родния език, които се проявяват при преводния българския израз.

На английски аналогът на израза „Много мило от Ваша страна“ е „Very kind of you“. В половината от анкетите е регистриран буквалният превод „Много мило/любезно за тебе“, който е неправилен български израз.

Подобни изрази от речевото етикетно общуване в случая се възприемат от чуждестранните студенти (в повечето случаи) като непознати фразеологизми, с отсъстващ аналог – на лексикално и синтактично равнище в родния език, което е предпоставка за допусканите интерферентни грешки.

Трудностите при усвояването на етикетните формули се дължат на това, че те се състоят от лексикални единици, свързани в определен синтактичен ред, които не могат да бъдат заменени и не търпят трансформации, а значението им не представлява съвкупност от значенията на съставлящите го елементи, защото е ново и преосмислено. Една от задачите на преподавателя по чужд език е да представи синонимни ситуации, чрез които студентите се запознават с общия контекст и по този начин се улеснява възприемането на етикетната единица и се намалява допускането на интерферентни грешки.

Традиционно културата на общуване се свързва с нравствени понятия като вежливост, уважение, добронамереност, уместност, като нейното проявление – културата на речта – предполага спазването на определени езикови норми и

предписания. Колкото по-висока е комуникативната компетентност на обучавания на чужд език, което включва свободна употреба на етикетните формули, съобразена с условията на съответната комуникативна ситуация, толкова споделянето на чуждата култура е по-пълноценно.

ЛИТЕРАТУРА

- Бояджиев 2002: *Бояджиев*, Т. Българска лексикология. София: Анубис.
[Boyadzhiev 2002: Boyadzhiev, T. Balgarska leksikologiya. Sofia: Anubis.]
- Лийч 1978: *Leech*, G. Semantics. UK: Penguin Books.
- Манолова 2008: *Манолова*, Л. Етикет и речев етикет. София: Мартилен.
[Manolova 2008: Manolova, L. Etiket i rechev etiket. Sofia: Martilen.]
- Мицева 2011: *Мицева*, Ст. Текст, видове текст, речев етикет. София: ИК-УНСС.
[Mitseva 2011: Mitseva, St. Tekst, vidove tekst, rechev etiket. Sofia: IK: UNSS.]
- ОЕЕР 2001: Common European framework of reference for languages: learning, teaching, assessment. Cambridge: Cambridge University Press.
- Стефанова 1992: *Стефанова*, М. Етапи в развитието на българския речев етикет. Български език, XLII, 1/1992, 54-57.
[Stefanova 1992: Stefanova, M. Etapi v razvitiето na balgarskiya rechev etiket. – Balgarski ezik: organ na Institut za balgarski ezik pri BAN, XLII, 1/1992, 54-57.]
- Стоянова 2006: *Стоянова*, Ю. Тези тъй опасни комплименти. Littera et Lingua. 3 брой. Електронно списание за хуманитаристика. Есен.
[Stoyanova 2006: Stoyanova, Yu. Tezi tay opasni komplimenti Littera et Lingua. 3 broi. Elektronno spisanie za humanitaristika. Essen 2006.] Online: <http://www.slav.uni-sofia.bg/LiliJournal/index.html> (15.05.2018)
- Стоянова 2012: *Стоянова*, Р. Българският речев етикет. София: Богиана.
[Stoyanova 2012: Stoyanova, R. Balgarskiyat rechev etiket. Sofia: Bogiana.]
- Хаджиева 2012: *Хаджиева*, Е., А.Асенова, В.Шушлина, М. Каменова. Реч, етикет и културни традиции. София: Гутенберг.
[Hadzhieva 2012: Hadzhieva, E. A. Asenova, V. Shushlina, M. Kamenova. Rech, etiket i kulturni tradicii. Sofia: Gutenberg.]
- Хаджиева 2013: *Хаджиева*, Е. А. Асенова, Й. Велкова, В. Шушлина, Препъни-камъчета в чуждоезиковото обучение. София: Гутенберг.
[Hadzhieva 2013: Hadzhieva, E. A. Asenova, I. Velkova V. Shushlina. Prepuni-kamucheta v chuzhdoezиковото obuchenie. Sofia: Gutenberg.]
- Хаджиева 2014: *Хаджиева*, Е., Р. Влахова Й. Велкова, А. Асенова, В. Шушлина. Как се общува на български? София: Гутенберг.
[Hadzhieva, E. R. Vlahova, I. Velkova, A. Asenova, V. Shushlina. Kak se obshtuva na balgarski? Sofia: Gutenberg.]
- Формановская 2002: *Формановская*, Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва: Русский язык.
[Formanovskaya 2002: Formanovskaya N. I. Rechevoe obshtenie: kommunikativno-pragmaticheskiy podhod. Moskva: Russkiy yazik.]
- Цанков 1994: *Цанков*, К. Социоллингвистика и речев етикет, Велико Търново: Знак'94.
[Tsankov 1994: Tsankov, K. Sotsiolingvistika i rechev etiket. Veliko Tarnova: Znak'94.]