



ЯЗЫК  
СЕМИОТИКА  
КУЛЬТУРА



Т. В. Ларина

*Категория вежливости  
и стиль коммуникации*

Сопоставление  
английских и русских  
лингвокультурных  
традиций



---

ЯЗЫК  
СЕМИОТИКА  
КУЛЬТУРА

*Т. В. Ларина*

# КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ И СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ

Сопоставление английских и русских  
лингвокультурных традиций



РУКОПИСНЫЕ ПАМЯТНИКИ ДРЕВНЕЙ РУСИ  
МОСКВА 2009

ББК 81.031  
Л 25

Издание осуществлено при финансовой поддержке  
фонда «Русский мир»  
грант № 0741р/151-08

Рецензент  
доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник,  
зав. сектором прикладной лингвистики  
Института языкознания РАН  
*Н. К. Рябцева*

**Ларина Т. В.**

Л 25 Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. — М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. — 512 с. — (Язык. Семиотика. Культура). — (Habent sua fata libelli).

ISSN 1727-1630  
ISBN 978-5-9551-0297-9

Книга посвящена актуальной проблеме изучения национально-культурных особенностей коммуникативного поведения представителей английской и русской лингвокультур.

В ней предпринимается попытка систематизировать и объяснить данные особенности через тип культуры, социально-культурные отношения и ценности, особенности национального мировидения и категорию вежливости, которая рассматривается как важнейший регулятор коммуникативного поведения, предопределяющий национальный стиль коммуникации.

Обсуждаются проблемы влияния культуры и социокультурных отношений на сознание, ценностную систему и поведение. Ставится вопрос о необходимости системного изучения и описания национальных стилей коммуникации в рамках коммуникативной этностилистики.

Книга написана на большом и разнообразном фактическом материале, в ней отражены результаты научного исследования, полученные как в ходе непосредственного наблюдения над коммуникативным поведением представителей двух лингвокультур, так и путем проведения ряда ассоциативных и эмпирических экспериментов.

Для специалистов в области межкультурной коммуникации, прагматики, антропологической лингвистики, этнопсихолингвистики, сопоставительной стилистики, для студентов, аспирантов, преподавателей английского и русского языков, а также для всех, кто интересуется проблемами эффективного межкультурного взаимодействия.

ББК 81.031

*В оформлении переплета использована картина Т. Гейнсборо  
«Султужеская пара в парке (автопортрет с женой)», 1746–1747*

ISBN 978-5-9551-0297-9

© Ларина Т. В., 2009

© Рукописные памятники Древней Руси, 2009

## Содержание

Предисловие <i>Анны Вежбицкой</i> .....	9
От автора .....	17
Введение .....	19

### Глава 1

#### КУЛЬТУРА КАК СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР

1.1. Культура и стиль коммуникации .....	26
1.1.1. Коммуникативная этностилистика и предмет ее изучения ..	26
1.1.2. Национальный стиль коммуникации: определение и параметры описания .....	28
1.2. Изучение культуры в свете коммуникативных задач .....	35
1.2.1. Содержание понятия «культура» .....	35
1.2.2. Параметры измерения культур .....	39
1.2.3. Культура и социальные отношения .....	46
1.2.4. Культура и коммуникация .....	51
1.3. Культура и культурные ценности .....	57
1.3.1. Типы ценностей .....	57
1.3.2. Коммуникативные ценности английской культуры .....	67
1.3.3. Коммуникативные ценности русской культуры .....	80
1.4. Культура и особенности невербальной коммуникации англичан и русских .....	90
1.5. Эмоции в культуре, языке и коммуникации .....	97
1.5.1. Универсальность и специфичность проявления эмоций в разных культурах .....	97
1.5.2. Английская сдержанность и русская эмоциональность .....	103
1.5.3. Еще раз об улыбке .....	112
1.5.4. «Сдержанные англичане» и «эмоциональные русские»: парадоксы межкультурного общения .....	116
1.5.5. Эмоциональность и эмотивность в коммуникации .....	119
1.6. К вопросу о национальном характере .....	123

## Глава 2

## ВЕЖЛИВОСТЬ КАК РЕГУЛЯТОР КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

2.1. Межкультурная коммуникация и национальное сознание .....	126
2.1.1. Языковое и коммуникативное сознание .....	126
2.1.2. Понимание вежливости и этнические стереотипы .....	129
2.1.3. Вежливость в сознании англичан и русских .....	131
2.2. Асимметрия социальных отношений — асимметрия систем вежливости .....	142
2.3. Вежливость как предмет научного исследования .....	149
2.3.1. Основные направления изучения категории вежливости .....	149
2.3.2. Основные концепции теории вежливости .....	152
2.3.3. Типы и уровни вежливости .....	159
2.4. Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория .....	164

## Глава 3

## ВЕЖЛИВОСТЬ ДИСТАНЦИРОВАНИЯ И СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ

3.1. Стратегии дистанцирования .....	172
3.2. Языковые средства реализации стратегий дистанцирования ..	188
3.3. Модальность и стиль коммуникации .....	198
3.4. Прагматика побуждения и «угроза лицу» в межкультурном аспекте .....	203
3.5. Национально-культурные особенности английского и русского коммуникативного поведения в побудительных речевых актах .....	212
3.5.1. Просьба .....	212
3.5.2. Приглашение .....	238
3.5.3. Совет .....	251
3.5.4. Директивы .....	262
3.6. Вежливость и прямое коммуникативное воздействие .....	278
3.7. О некоторых табу в английской коммуникативной культуре ...	287
3.8. Стратегии дистанцирования и доминантные черты английско-русского стилей коммуникации .....	301

## Глава 4

### ВЕЖЛИВОСТЬ СБЛИЖЕНИЯ И СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ

4.1. Стратегии сближения .....	308
4.2. Национально-культурные особенности английского и русского коммуникативного поведения в экспрессивных речевых актах .....	323
4.2.1. Приветствие .....	323
4.2.2. Прощание .....	330
4.2.3. Приглашение .....	336
4.2.4. Благодарность .....	339
4.2.5. Извинение .....	347
4.2.6. Оценка и комплимент .....	355
4.3. Обращение: социальные роли и степень формальности в английской и русской коммуникативных культурах .....	364
4.3.1. Обращение к незнакомому адресату .....	365
4.3.2. Обращение к знакомому адресату .....	369
4.3.3. Основные особенности обращений в английской и русской коммуникативных культурах .....	381
4.4. Прагматика английского сквернословия .....	384
4.5. Сопоставительный анализ поведения англичан и русских в отдельных коммуникативных ситуациях .....	392
4.6. Стратегии сближения и доминантные черты английского и русского стилей коммуникации .....	416

#### Заключение

<b>АНГЛИЙСКИЙ И РУССКИЙ СТИЛИ КОММУНИКАЦИИ ...</b>	<b>424</b>
--	------------

#### Приложения

1. Анкеты .....	438
2. Результаты эмпирического исследования (вежливость дистанцирования) .....	448
3. Результаты эмпирического исследования (вежливость сближения) .....	456
Литература .....	472
Терминологический указатель .....	502





## Предисловие

Когда я читаю замечательную книгу Татьяны Лариной, мне часто приходит в голову заглавие стихотворения польского поэта Мирона Биалошевского “Sprawdzone sobą” — «Проверенное собой». Все, о чем пишет Ларина, глубоко созвучно с моим личным опытом как обитателя двух культурных миров: мира английского языка и, в моем случае, польского языка.

Ларина, разумеется, сопоставляет культурный мир английского языка с миром русского, не польского языка. Но, во-первых, польские культурные и коммуникативные нормы гораздо ближе русским, чем англосаксонским, и многое из того, что Ларина пишет о русских нормах, в сопоставлении с нормами английского языка, относится точно также к польскому языку и преобладающим польским стилям общения.

Во-вторых, то, о чем я могу уверенно сказать: «проверенное собой» — это глубина и значимость тех различий в коммуникативных стилях, о которых речь идет в книге Лариной. Само по себе условное слово «вежливость» не дает никакого понятия о том, как важны обсуждаемые здесь различия для жизни многих людей, и об этом, я думаю, могут свидетельствовать лучше всех иммигранты, живущие в англоязычных странах — в частности, русские иммигранты (см., например, [Gladkova 2007]), и, конечно, также другие (см., например, [Hoffman 1989; Pavlenko 2005, ed. 2006; Besemeres and Wierzbicka, eds. 2007; Wierzbicka 2006a]).

Но хотя иммигранты, живущие повседневно в сфере английского языка, сталкиваются с этими различиями больше всех, эти различия имеют также, потенциально, огромное значение для миллионов людей, которые не живут в англоязычных странах, но которые пытаются войти в контакт с англоязычным миром посредством изучаемого ими языка.

Дело, разумеется, в том, что английский язык стал в последние десятилетия глобальным языком во многих областях жизни: в науке,

в интернете, в воздушном транспорте, в международном бизнесе и т. д. Спрос на английский язык во многих странах мира все время растет, и Россия в этом отношении отнюдь не исключение.

Но что такое «английский язык» — только английский словарь и английская грамматика? Конечно, нет. Английский язык — это также особые нормы общения, связанные с особой, исторически сложившейся англосаксонской культурой.

Разумеется, чем шире распространяется в мире употребление английского языка, тем более он внутренне дифференцируется, так что многие говорят теперь, не без оснований, об «английских языках» (Englishes) во множественном числе. Тем не менее по-прежнему имеет смысл говорить также об «английском языке» в единственном числе и об «англосаксонской культуре» как о некотором целом, формирующем некоторые центральные коммуникативные нормы в странах, исторически тесно связанных с английским языком, таких как Великобритания, США, Канада, Австралия и Новая Зеландия.

Самым ярким примером глубочайших культурных различий, отражающихся в русской и английской речи и обсуждаемых в книге Татьяны Лариной, является употребление повелительного наклонения для разных коммуникативных целей, таких как просьба, приглашение, указание, совет и многие другие.

Обратимся к примеру. В своем эмпирическом исследовании представлений русских и англичан о естественном языковом поведении Ларина предложила анкетированным дополнить следующий диалог:

[В ресторане:]

Антон: Что ты будешь?

Мария: Не знаю. Давай посмотрим меню.

Антон: Хорошо (официанту) \_\_\_\_\_

Результаты этой анкеты показали поразжающие различия между русскими и английскими информантами. Итак, ни один английский информант не счел возможным обратиться к официанту в повелительном наклонении, даже со словом ‘please’ — ‘пожалуйста’ (“*Bring me the menu please*”), в то время как большинство русских информантов (60 %) сочло такую фразу самой естественной: «*Принесите, пожалуйста, меню*». С другой стороны, почти все английские информанты (98 %) считают самой естественной формой вопросительные конструкции, для русских соответствующий процент несравненно ниже (40 %).

Обсуждая такие примеры, Ларина замечает, что «одно из основных различий между английской и русской вежливостью касается употребления императива» (с. 262), но, как она сама очень хорошо показывает, суть дела здесь не в «вежливости», а в культурных ценностях. Обращаясь к официанту в вопросительной форме, например, “*Could I see the menu, please?*” (буквально «Мог бы я увидеть меню, пожалуйста?»), говорящий более или менее автоматически ставит выше других ценность личной автономии адресата. Он говорит так, как будто он не знает, принесет официант меню или нет, и как будто он признает, что официант — свободный человек, у которого всегда есть выбор сделать или не сделать то, чего хотят другие (в том числе и посетители ресторана).

Русские информанты также иногда готовы употребить в такой ситуации (в ресторане) вопросительную форму, например «*Можно меню?*», но процент таких ответов среди них гораздо ниже (40 % для русских информантов, 98 % для английских).

Сильная англосаксонская норма избегать императива отмечалась в литературе и раньше, в том числе и в моих собственных работах, где я показывала различия в употреблении императива в английском и польском языках [Wierzbicka 1985; 1991/2003]. Но вряд ли кто-нибудь сделал это так основательно и так наглядно, как это сделала Ларина в ее сопоставлении английского языка с русским.

Дело, конечно, не просто в статистике, а в качественном анализе широкого диапазона ситуаций и подходящих к ним языковых форм, обсуждаемого языкового материала, в богатстве и точности наблюдений и в глубине и тонкости интерпретации.

Языковой материал, обсуждаемый в книге Лариной, наглядно показывает, до какой степени язык насыщен культурой и как глубоко отличается русский мир человеческих отношений, отражающихся в русской речи, от англосаксонского мира.

Маленький пример: обсуждаемое в книге высказывание больного в больнице: «*Сестричка, принесите стаканчик водички*». Естественный английский перевод был бы здесь “*Nurse, could you bring me a glass of water*”, буквально «Сестра, Вы могли бы принести мне стакан воды?» (или “*Nurse, could I ask you for a glass of water?*”, буквально «Сестра, я мог бы попросить у вас стакан воды?»). На самом деле, в таких переводах теряется русский мир отношений и ценностей, точно так же как в переводах английских просьб, указаний и «команд» на русский язык.

Теплота и «уменьшительность» русских диминутивов («сестричка», «стаканчик», «водички») непереводаема на английский, и эти диминутивы также важны для иллюкативной силы высказывания, как и грамматический императив.

Ларина говорит, что «в русской лингвокультурной традиции команда выражается прямо и императивно» (с. 264), в то время как «английские коммуниканты (...) проявляют тенденцию к большему смягчению своей команды, облачают ее в форму, содержащую иллюзию опции» (с. 265).

С русской точки зрения это в самом деле так, и русским, изучающим английский язык, очень полезно это знать. Но с точки зрения носителей английского языка, это, пожалуй, не совсем так. Во-первых, в их языковом универсуме вообще нет «команды» вне армии (и тому подобных областей жизни). Во-вторых, в мире современного английского языка почти нет «просьбы» как таковой (например, невозможно сказать по-английски «я тебя очень прошу» или «у меня к тебе большая просьба» (см. [Wierzbicka 2006b]). Формы, содержащие «иллюзию опции», это, с точки зрения говорящих, — не просто «формы», а особого рода жанры речи, совмещающие желание говорящего с признанием «опции» слушателя, и эти «опции» не представляются ни говорящему, ни слушателю иллюзорными.

Можно сказать, что и русские диминутивы, и английские вопросительные формы «смягчают» давление на слушателя, связанное с выражением собственного желания, чтобы он что-то сделал. Но это «смягчение» достигается по-разному, не только в смысле разных коммуникативных стратегий, но и в смысле разных культурных ценностей и разных отношений между людьми. (Заметим еще «уважительную» множественную форму глагола в русском — «сестричка, принесите», для которой тоже нет эквивалента в английской версии.)

Все эти русские средства «смягчения» — диминутивы, «вы» — наделены реальным значением и культурными ценностями. Я думаю, что то же самое относится к английским вопросительным формам: они тоже насыщены реальным значением и культурными ценностями.

Но хотя иногда книга Лариной, естественно, принимает скорее русскую точку зрения на различия между русскими и английскими нормами общения, в целом она избегает культурной односторонности и позволяет русскому читателю понимать англоговорящих в их особом, часто удивительном, с русской точки зрения, коммуникативном стиле.

Например, книга прекрасно показывает, почему крайняя «позитивность» многих жанров английской речи и частое использование суперлативных языковых единиц — это не «наигранность» и неискренность (как может показаться русским), а что-то совсем другое. «Стратегии переоценки» адресата (например, “*It looks gorgeous/fantastic/wonderful/superb/fabulous!*”), базирующиеся на частом употреблении таких экспрессивных слов, как *gorgeous, fantastic, superb, fabulous*, часто выражают, как показывает Ларина, искреннее желание сделать слушателю приятное, и в рамках норм англосаксонской культуры они могут быть вполне уместны и искренни. Различия между русскими и английскими нормами, ожиданиями и «культурными скриптами» в этом отношении прекрасно продемонстрированы в книге. Опять-таки, такие явления обсуждались в литературе и раньше, но вряд ли так основательно и наглядно, как в книге Лариной.

Все, о чем пишет Татьяна Ларина, так интересно и так важно, что хотелось бы упомянуть здесь о многих других аспектах коммуникативных и культурных различий между русской и английской речью, обсуждаемых в книге. Но цель этого предисловия — только дать читателю предвкушение того, о чем идет речь в этой чрезвычайно богатой и захватывающей книге. Так хорошо обоснованное и проницательное исследование коммуникативных и культурных норм, связанных с английским языком, проведенное с точки зрения носителей русского языка, может стать для русских читателей двойным откровением: откровением того, что такое «лингвокультура» английского языка, и того, что такое русская лингвокультура; и как обе эти лингвокультуры своеобразны и глубоко различны.



Анна Вежбицкая

### Литература

Besemeres, Wierzbicka 2007 — *Translating lives: Living with two languages and cultures* / M. Besemeres, A. Wierzbicka, eds. St. Lucia: University of Queensland Press, 2007.

Gladkova 2007 — *Gladkova A. The journey of self-discovery in another language* // Besemeres, Wierzbicka 2007. P. 139–149.

Hoffman 1989 — *Hoffman E. Lost in translation: A new life in a new language*. N. Y.: Dutton, 1989.

Pavlenko 2005 — *Pavlenko A. Emotions and multilingualism. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.*

Pavlenko 2006 — *Bilingual minds: Emotional experience, expression and representation / A. Pavlenko, ed. Clevedon, United Kingdom: Multilingual Matters, 2006.*

Wierzbicka 1985 — *Wierzbicka A. Different cultures, different languages, different speech acts: Polish vs. English. Journal of Pragmatics. 9. 1985. P. 145–178.*

Wierzbicka 2003 [1991] — *Wierzbicka A. Cross-Cultural Pragmatics. 2nd ed. Berlin: Mouton de Gruyter, 2003.*

Wierzbicka 2006a — *Wierzbicka A. English: Meaning and Culture. N. Y.: Oxford University Press, 2006.*

Wierzbicka 2006b — *Wierzbicka A. Anglo scripts against “putting pressure” on other people and their linguistic manifestations // Ethnopragmatics: Understanding discourse in cultural context / C. Goddard, ed. Berlin: Mouton de Gruyter, 2006. P. 31–63.*

*Всем моим друзьям посвящается*





## От автора

Однажды после многократных попыток привить студентам навык выражать просьбу при помощи традиционного вопроса *Would you mind...?* одна моя студентка возразила: «*Но так говорят, наверное, только принцессы! Зачем же нам так говорить?*». Эта реплика послужила одним из стимулов в работе над этой книгой, в которой я хотела показать основные различия в английском и русском поведении и объяснить причины того, почему люди не только говорят на разных языках, но и пользуются языком по-разному, и как их следует при этом понимать. Зная, почему именно так, а не иначе представители другой культуры ведут себя в повседневных ситуациях общения, мы можем правильно интерпретировать их поведение и строить свои высказывания в соответствии с их стилем коммуникации. Именно поэтому большое место в этой книге отводится культуре, которая содержит ответы на многие вопросы и дает нам то, что Г. Триандис назвал *правилами игры* [Triandis 1994: 17]: если мы знаем культуру, мы знаем, как играть в эту игру; знание правил при этом не означает, что мы можем предсказать исход игры, но, во всяком случае, мы можем ее понять и в ней ориентироваться.

В этой книге обобщаются и развиваются идеи, изложенные мною в монографии «Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах» (М., 2003). По просьбам читателей основная часть монографии включена мной и в эту книгу. Надеюсь, она объяснит многие особенности в характере и поведении англичан и русских, поможет преодолевать не только языковой, но и культурный барьеры и будет способствовать лучшему взаимопониманию двух народов.

Благодарю всех, кто в разные годы тем или иным образом помогал мне в работе над этой книгой, поддерживал и вдохновлял: доктора филологических наук, профессора кафедры сопоставительного изучения языков факультета иностранных языков Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова Л. И. Богданову; доктора филологических наук, профессора, главного научного сотрудника Института русского языка РАН им. В. В. Виноградова, заслу-

женного деятеля науки Российской Федерации Е. А. Земскую; доктора филологических наук, профессора, заместителя директора Института русского языка РАН им. В. В. Виноградова Л. П. Крысина; доктора филологических наук, профессора, заведующего кафедрой общего языкознания Воронежского государственного университета И. А. Стернина; ведущего научного сотрудника сектора психолингвистики Института языкознания РАН, доктора филологических наук, профессора Н. В. Уфимцеву; академика МАН ВШ, доктора филологических наук, профессора РУДН Н. М. Фирсову, профессора РУДН Г. Ф. Жидкову и др.

Отдельная благодарность доктору филологических наук, ведущему научному сотруднику, заведующей сектором прикладной лингвистики Института языкознания РАН Н. К. Рябцевой за постоянную поддержку, а также внимательное прочтение моей рукописи, ценные советы и замечания.

Сердечно благодарю всех моих зарубежных коллег и друзей, без помощи и участия которых эта книга вряд ли бы появилась. В первую очередь — директора Центра изучения языков и коммуникации Дублинского университета Тринити колледж профессора Дэвида Литла, профессора Дэвида Синглтона, доктора Сару Смит, профессора университета Кобленц-Ландау Мартина Путца, доктора Светлану Куртес из Кембриджского университета, доктора Марию Еленевскую (Технион — Израильский институт технологии), а также Изольду Харпер, Брайона Бакли, Наталью Соловьеву, Дэвида Сандерсена, Терезу Клиффорд-Сандерсен, Анну Сингер и многих других.

Выражаю глубочайшую благодарность и признательность профессору Анне Вежбицкой, которая вдохновляла меня своими книгами, идеями и, благодаря личному участию, оказала огромную поддержку и неоценимую помощь в реализации этого проекта. Также главному редактору издательства «Языки славянской культуры» А. Д. Кошелеву, который способствовал его непосредственному осуществлению.

Большое спасибо моей семье за терпение, понимание и поддержку, а также всем моим студентам и слушателям Российского университета дружбы народов и Московского государственного лингвистического университета за интересные обсуждения, подаренные примеры и постоянный интерес, который был большим стимулом в моей работе.

Языку нельзя научить, его можно  
только пробудить в душе.

*В. фон Гумбольдт*

## Введение

Успешность и эффективность межкультурного взаимодействия предопределяется не только знанием языка. Язык — лишь первое условие, необходимое для общения. Помимо языка, важно знать культуру народа, его традиции, ценности, понять его мировоззрение и мировосприятие, суметь посмотреть на мир его глазами. Как отмечал А. А. Леонтьев, «чтобы язык мог служить средством общения, за ним должно стоять единое или сходное понимание реальности» [Леонтьев 2003: 272].

Невозможность успешной коммуникации без знания особенностей культуры признана в настоящее время очевидным фактом. Исследователи различных направлений и областей знаний о человеке пришли к выводу, что культура отражается в сознании людей, формирует их мировидение, определяет специфику поведения. Коммуникативное поведение людей является компонентом их национальной культуры, регулируется национальными нормами и традициями, которые имеют глубокие исторические корни.

Интерпретация поведения представителей других культур должна основываться на признании и понимании культурных различий. Собственное поведение в межкультурном общении также должно строиться с их учетом, в противном случае возможны серьезные коммуникативные неудачи. Ошибки, касающиеся нарушения культурных норм, воспринимаются крайне болезненно и могут иметь серьезные последствия. Многие исследователи отмечают тот факт, что в общении с иностранцами люди легко прощают грамматические и лексические ошибки, так как объясняют их недостатком лингвистических знаний, однако очень чувствительны к нарушению этикетных норм, так как полагают, что они были нарушены преднамеренно (см. [Janney, Arndt 1992; Sifianou 1992; Agar 1994 др.]). С. Г. Тер-Минасова в этой связи отмечает, что самое худшее, к чему могут привести ошибки в речи, — это насмешки и снижение репутации человека, ошибки же

культурного поведения могут вызвать этнические конфликты, насилие, кровопролитие [Тер-Минасова 2007: 92]. Не случайно поэтому, помимо собственно лингвистического уровня владения языком, исследователи предлагают выделять национально-культурный уровень, предполагающий владение национально обусловленной спецификой использования языковых средств [Беликов, Крысин 2001: 150].

Вопросам культуры, особенно тем ее аспектам, которые непосредственно влияют на коммуникацию, отводится большое место в этой книге, так как знание культуры помогает нам лучше узнать своего партнера по общению, понять его мировосприятие, объяснить его поведение, помогает научиться самим правильно действовать в инокультурном контексте в соответствии с принятыми в нем нормами и традициями, в соответствии с национальным стилем коммуникации.

Коммуникативное поведение, как вербальное, так и невербальное, имеет свои национально-специфические особенности не только из-за различий в средствах коммуникации, но и из-за различий в механизме их выбора, предпочтительности и частотности их употребления в тех или иных ситуациях общения. Выбор средств коммуникации в процессе общения не является свободным. Как отмечал Э. Сепир, «чувство почти безграничной свободы, ощущаемое индивидом при пользовании своим родным языком, находится как бы на сдерживающем поводе у какой-то регулируемой нормы» [Сепир 1993: 137]. Эта регулируемая норма имеет социокультурную природу и в межкультурном общении предопределяется типом культуры, особенностями социальных отношений, являющихся, по мнению исследователей, важнейшими параметрами культуры [Hofstede 1984, 1991], культурными ценностями, которыми руководствуются носители данной культуры в повседневной деятельности, в том числе и коммуникативной. На это указывает Ю. С. Степанов: «Принцип отбора лежит не в языке, а вне его, в организации общества, в том, какие ситуации общество считает типичными, и в том, какого поведения оно требует от человека в этих типичных ситуациях» [Степанов 1975: 202].

Национальные особенности коммуникативного поведения, с которыми мы сталкиваемся в межкультурном общении, представляют собой закрепленные традицией коллективные привычки народа, проявляющиеся в выборе и предпочтительности употребления в процессе межличностного взаимодействия тех или иных коммуникатив-

ных стратегий и средств коммуникации (как вербальных, так и невербальных), в результате чего вырабатывается *национальный стиль коммуникации*, или *коммуникативный этностиль*. Выделение стилевых черт, коммуникативных доминант, а на их основе — описание национальных стилей коммуникации позволяет обобщить и систематизировать национально-культурные особенности общения, проследить их логику, представить их в виде цельной системы.

Стиль, как известно, формируется под влиянием экстралингвистических факторов — тех явлений внеязыковой действительности, в которых протекает общение. Национальный стиль коммуникации формируется под влиянием социально-культурных отношений, культурных ценностей, норм и традиций, характерных для определенной культуры, особенностей национальной системы вежливости. Важнейшим стилеобразующим фактором выступает культура. Тип культуры, к которому принадлежат собеседники, является основополагающей причиной различий в их коммуникативном поведении. Интерпретация поведения представителей другой культуры должна основываться на знании причин этого поведения, которые кроются в важнейших культурных различиях. Рассмотрению этих различий посвящена первая глава книги.

Национальный стиль коммуникации непосредственно связан с категорией вежливости, которая, несмотря на свою универсальность, является национально-специфической и также предопределяется культурой народа. Обращение к категории вежливости в межкультурном аспекте имеет чрезвычайно важное значение. Коммуникация, как известно, это не только обмен информацией, но также средство демонстрации отношений. Чисто информативная речь является скорее исключением, чем правилом. Многие проблемы межкультурной коммуникации возникают именно из-за неумения собеседников продемонстрировать свое отношение друг к другу в соответствии с нормами данного общества и конкретными ожиданиями партнера.

Исследования по этноцентризму показали, что всем людям свойственно считать происходящее в своей культуре естественным и правильным, а то, что происходит в других культурах, неестественным и неправильным; рассматривать обычаи своей группы как универсальные; считать свои нормы и ценности безусловно верными. Незнание национально-культурной специфики поведения представителей иных культур, причин, лежащих в его основе, приводит к

отрицательным оценкам и характеристикам, к появлению этнических стереотипов и предрассудков. Одним из таких стереотипов является стереотип о грубых русских и чрезмерно вежливых и неискренних англичанах.

Стереотипы в общении возникают на основе ограниченного опыта в результате стремления делать выводы на базе ограниченной информации [Андреева 2000: 128]. Этнические стереотипы могут быть серьезным барьером в межкультурной коммуникации. Они порождают определенные ожидания в отношении того, как представители другой культуры будут действовать в процессе общения, и во многом определяют отношение к ним. Они могут отражать те или иные реальности, но в целом они не тождественны ни национальному характеру, ни тому представлению, которое данный народ имеет о самом себе. К сожалению, не могут отказаться от стереотипов и некоторые исследователи. Так, Ш. Танака и С. Каваде выделяют вежливые и невежливые общества [Tanaka, Kawade 1982: 18], А. Ю. Муратов отмечает, что английский язык, как и культура в целом, во многих отношениях более вежливый, чем русский язык [Муратов 2000: 240–241].

В предлагаемом исследовании утверждается мысль о том, что неправомерно говорить об одном народе как о более вежливом или менее вежливом по сравнению с другим. Каждый народ вежлив по своему с точки зрения своих национальных норм поведения, определяемых особенностями социально-культурных отношений, культурными ценностями, национальным сознанием. Насколько строго представители той или иной культуры следуют нормам и как легко их нарушают, это отдельный вопрос, который касается не вежливости, а невежливости. В данной книге он рассматриваться не будет. Отметим лишь, что, сопоставляя поведение англичан и русских в повседневных ситуациях общения (в транспорте, на улице, в магазине), легко заметить, что англичане более строго придерживаются существующих норм, русские легче их нарушают. Очевидно, это связано с социальными характеристиками общества, с разной степенью сформированности среднего класса.

Вежливость, теоретической стороне которой посвящена вторая глава, рассматривается нами как универсальная коммуникативная категория, представляющая собой систему национально-специфических стратегий поведения, направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соответствующих ожиданиям партнера. Она яв-

ляется центральной коммуникативной категорией, поскольку выступает регулятором поведения людей и предопределяет выбор единиц вербальной и невербальной коммуникации. Знание действия этого механизма позволяет ориентироваться и функционировать в инокультурном коммуникативном пространстве.

В данной книге я опираюсь на хрестоматийные работы П. Браун и С. Левинсона [Brown, Levinson 1978, 1987], которые, несмотря на критику, направляемую в их адрес с момента их публикации и до наших дней, по-прежнему остаются наиболее значимыми в данной области и дают нам эффективный инструмент для понимания коммуникативного поведения собеседников в процессе общения. При этом ставится цель показать, что, хотя категория вежливости носит универсальный характер, конкретная ее реализация имеет национальную специфику, свидетельством чему является тот факт, что стратегии вежливости, характерные для английской коммуникативной культуры, не всегда и не в полном объеме используются в русском общении.

Сопоставительный анализ коммуникативного поведения англичан и русских в однотипных ситуациях общения приводится в третьей и четвертой главах, посвященных двум типам вежливости — «негативной вежливости» (или вежливости дистанцирования) и «позитивной вежливости» (вежливости сближения). Здесь рассматриваются особенности английской и русской коммуникации и делается попытка показать, как регулярное употребление тех или иных стратегий вежливости приводит к выработке определенных коммуникативных доминант и в итоге — к формированию *национальных стилей коммуникации*.

Предвидя возможные возражения читателей, заранее уточним, что мы учитываем тот бесспорный факт, что нацию как целое формируют различные социальные слои, имеющие свои каноны общения, кроме того, поведение каждого человека имеет свои индивидуальные особенности. В данном случае речь идет о типизированном поведении «типизированного человека в типизированных условиях» [Винокур 2005: 50]. Говоря в дальнейшем об английском и русском стилях коммуникации, мы имеем в виду «типизированных» носителей литературного языка и поведение, характерное для них в повседневных ситуациях общения. Признавая тот факт, что социально обусловленная вариативность средств обнаруживается даже в такой подсистеме национального языка, как литературный язык, и что

современные литературные языки, по справедливому замечанию Л. П. Крысина, не представляют собой абсолютно гомогенных языковых образований [Крысин 2004: 308—309], полагаем, что всё же правомерно говорить о наличии и возможности выделения неких коммуникативных доминант, отличающих поведение представителей одной лингвокультуры от другой и в совокупности формирующих национальный стиль коммуникации. Поскольку социально обусловленная вариативность средств особенно характерна для периодов социальных перемен, свидетелями чего мы являемся в настоящее время, речь в книге идет именно о лингвокультурной традиции, о том, как традиционно ведут себя и что говорят в тех или иных условиях общения представители двух культур, что традиционно считают вежливым, а что невежливым. Это уточнение касается прежде всего русского стиля коммуникации, который, как и русский язык, переживет в наше время период ощутимых трансформаций.

Когда речь идет об английском языке и английской коммуникативной культуре, имеется в виду главным образом британский английский и англосаксонская культура, многие черты которой в той или иной мере характерны и для других вариантов английского языка и для других англоязычных культур, которые заслуживают отдельного изучения и описания. Таким образом, здесь также имеет место некоторая типизация, тем более, что и язык, на котором говорят в Великобритании, как и ее культура, не отличаются однородностью.

С учетом сделанных оговорок, все же исходим из того, что каждая культура в зависимости от социальной организации и господствующих в ней ценностей привязана к определенному стилю коммуникации. Национальный стиль коммуникации — это такая же объективная данность, как и национальный язык. В нем отражается коммуникативное сознание народа, его культурные ценности и традиции. Описание национальных стилей коммуникации, или коммуникативных этностилей, выделение стилеобразующих черт, а также выявление экстралингвистических факторов, формирующих их, дает возможность обобщить набор разрозненных фактов, представить коммуникативное поведение народа в виде целостной и логичной системы, что может стать хорошим ориентиром в межкультурном общении.

Важнейшую роль в межкультурной коммуникации играет признание относительности собственных культурных ценностей, норм



---

и привычек и способность к межкультурной рефлексии, т. е. к умению правильно интерпретировать поведение собеседника с позиций норм и ценностей его культуры. Понимание причин различий в коммуникативном поведении, знание основных черт коммуникативных стилей позволяет не только лучше понять другой народ, но и самих себя, что способствует взаимопониманию людей в целом.

# КУЛЬТУРА КАК СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР

## 1.1. Культура и стиль коммуникации

### 1.1.1. Коммуникативная этностилистика и предмет ее изучения

В последние два-три десятилетия национально-культурные особенности поведения, которым уделяется повышенное внимание, стали объектом наблюдения и изучения различных научных дисциплин — лингвистики, психолингвистики, культурологии, социологии, этнологии, когнитивистики, межкультурной коммуникации, антропологии и др. Этот факт не является случайным, поскольку подобные исследования могут проводиться только на междисциплинарном уровне с учетом данных самых разных наук о человеке. В то же время подобная многоаспектность приводит к некой раздробленности, когда лингвисты не всегда учитывают данные социологии или этнопсихологии, а этнологи или антропологи недооценивают факты языка. Нет достаточной интеграции и в области лингвистических исследований, где речевая деятельность рассматривается в рамках стилистики, прагматики, социолингвистики, психолингвистики, теории коммуникации. Высказывается мнение о том, что интегративную роль могла бы выполнять риторика как наука о речевом поведении, либо новая наука — речеведение.

Если говорить об изучении особенностей коммуникативного поведения в межкультурном аспекте и назревшей задаче обобщения и систематизации выявленных национально-культурных особенностей общения и объяснения их причин, то, думается, решение данной задачи могло бы взять на себя новое научное направление — *коммуникативная этностилистика*, объектом изучения которой должно стать коммуникативное поведение представителей различных лингвокультур, точнее — социально и коммуникативно значимое варьирование коммуникативного поведения в межкультурном аспекте; предметом — национально-культурные средства коммуникации (вербальные и невербальные), формирующие в совокупности

*национальный стиль коммуникативного поведения, или коммуникативный этностиль, а также факторы, предопределяющие его.*

Ни риторика, ни речеведение полностью не дублируют коммуникативную этностилистику. Риторика — это все же традиционно наука об ораторском искусстве, о законах построения речи, о коммуникативном идеале. В данном же случае рассматривается вопрос не только нормы, но и реального функционирования языка в самых широких коммуникативных контекстах, которое может и не совпадать с нормой. Кроме того, объектом исследования коммуникативной этностилистики является не только вербальная, но и невербальная коммуникация, существенный акцент делается на экстралингвистические аспекты. Данное направление не совпадает также и с речеведением. С одной стороны, оно уже, поскольку в центре его внимания — не речевое поведение в целом, а национально-культурные особенности поведения представителей различных лингвокультур; с другой — шире, поскольку, как уже отмечалось, исследуется не только речь, но и средства невербальной коммуникации, а также самый широкий круг факторов, влияющих на коммуникативное поведение народа и во многом предопределяющих его.

Подобно тому, как лингвистическая стилистика призвана решать, «что из богатого арсенала языковых средств и в каких условиях уместно, пригодно, целесообразно, а что — неуместно, нецелесообразно» [Крылова 2006: 11], коммуникативная этностилистика, на наш взгляд, призвана решать, что из богатого арсенала коммуникативных средств (вербальных и невербальных) и в каких условиях уместно, пригодно, целесообразно в том или ином культурном контексте, другими словами, какие национально-специфичные особенности коммуникативного поведения отличают представителей той или иной лингвокультуры, какой тип коммуникативного поведения для них характерен.

Прагматика, а проблемы понимания и функционирования коммуникативных средств относятся именно к этой области, неразрывно связана со стилистикой. Г. В. Колшанский предлагал считать ее разделом стилистики и риторики, разрабатывающих критерии оценки и способы достижения тех или иных целей в построении текста в различных аспектах [Колшанский 2005: 136]. На связь стилистики и прагматики указывает Ю. С. Степанов: «Прагматика занимается особыми, только ей присущими вопросами, которыми не занимается синтактика и семантика, и вопросы эти — те же, что и в традицион-

ной стилистике и в еще более старинной риторике: выбор языковых средств из наличного репертуара для наилучшего выражения своей мысли или своего чувства, выражения наиболее точного, или наиболее красивого, или наиболее соответствующего обстоятельствам, или, наконец, для наиболее удачной лжи; для наилучшего воздействия на слушающего или читающего — с целью убедить его, или взволновать и растрогать, или рассмешить, или ввести в заблуждение и т. д. и т. п.» [Степанов 1981: 325–326].

Важнейшей задачей коммуникативной этностилистики должно стать описание *национальных стилей коммуникации*, или *коммуникативных этностилей*. Необходимость слова *коммуникативная* в названии данного направления, возможно, временна, если коммуникативно-прагматический подход станет доминирующим и лингвистика «будет строиться как всеобъемлющая теория языковой коммуникации» [Schmidt 1975, цит по: Колшанский 2005: 150].

### 1.1.2. Национальный стиль коммуникации: определение и параметры описания

Понятие стиля, как известно, не является исключительно лингвистическим: им пользуются искусствоведы, литературоведы, социологи, политологи (ср. *архитектурный стиль*, *музыкальный стиль*, *литературный стиль*, *стиль поведения*, *стиль мышления*, *стиль руководителя*, *стиль ведения переговоров*, также *стиль одежды* и т. д.). Высказывается даже мнение о том, что «стиль и стилистика не имеют отношения к языку, это самостоятельная дисциплина, относящаяся исключительно к циклу человековедческих наук» [Ullmann 1957, цит. по: Брандес 2004: 9]. В том случае, когда стиль рассматривается в языковом аспекте, ученые также подчеркивают, что стиль соотносится не с языком, а с человеком, говорящим на данном языке [Левицкий 2006: 8].

В настоящее время наблюдается большое количество разнообразных определений стиля, в основе которых лежат различные основания. Основанием для выделения стиля в широком понимании являются человек и его деятельность. Известную метафору «Стиль — это человек» Ю. Н. Караулов расшифровывает как двуплановую формулу, «которая включает представление о личности, реализующей определенный *стиль жизни*, отражаемый в *стиле употребления языка*, т. е. соединяет социально-поведенческий кон-

текст с речевым» [Караулов 2002: 22]. М. П. Брандес указывает, что «стиль — явление не объективного, а субъективного мира, это явление второй, человеческой природы, и в этом качестве он относится к миру культуры, т. е. миру вещей в широком смысле, созданному человеком» [Брандес 2004: 17]. Н. К. Рябцева подчеркивает, что «...стиль — явление не только и не столько языка и речи, сколько мышления» [Рябцева 2005: 388].

Заслуживает внимания мысль о том, что «стили характеризуют всякое поведение человека, имеющее семиотическую природу» [Мауенова 1979, цит. по: Бартминьский 2005: 320]. Не случайно поэтому данное понятие может использоваться и уже используется при описании коммуникативного поведения. Так, Г. Е. Крейдлин, в частности, анализируя невербальное коммуникативное поведение мужчин и женщин, отмечает, что «разумнее говорить не о половых или гендерных стереотипных различиях, а о разных стилях гендерного коммуникативного поведения, мужском (маскулинном) и женском (фемининном) и соотносить коммуникативные стереотипы не с полами, а с этими стилями» [Крейдлин 2005: 42]. Это же можем сказать и о коммуникативном поведении, рассматриваемом в межкультурном аспекте, причем как невербальном, так и вербальном, при анализе которого речь должна идти не об отдельных особенностях и стереотипах поведения, а о коммуникативных этностильях, характеризующих коммуникативное поведение того или иного народа. Поскольку поведение каждого человека имеет свои индивидуальные особенности, еще раз подчеркнем, что в данном случае речь идет о типизированном поведении типизированного человека в типизированных условиях.

Независимо от понимания стиля и его определения стиль всегда связан со способом выбора. Если говорить о стиле языка, это — выбор и организация языковых средств в процессе речи, построения текста. Анализируя стиль коммуникации, следует говорить не только о выборе средств, но и о выборе, предпочтительности коммуникативных стратегий, имеющих ту или иную направленность, которые, с одной стороны, предопределяют выбор этих средств, с другой — сами предопределяются социокультурными параметрами, т. е. также являются объектом выбора. Ю. С. Степанов, определяя стиль языка или речи как «вид речи, употребляемый людьми в типовой общественной ситуации», отмечает, что такие виды речи характеризуются, во-первых, отбором языковых средств из общенационального язы-

кового достояния (отбором слов, типов предложений, типов произношения), во-вторых, скрытыми за этими средствами общими принципами отбора, которые лежат вне языка [Степанов 1975: 201]. Он справедливо отмечает, что «характеризовать стили нужно с двух сторон: со стороны языка и со стороны действий человека в определенной общественной ситуации» [Степанов 1975: 202].

В последнее время исследователями предпринимаются интересные попытки по выделению стилей коммуникации (см., например, [Gudykunst, Ting-Toomey 1990; Clyne 1994]). При этом, однако, нет ни единого подхода к их выделению, ни единого терминологического аппарата, что, очевидно, естественно для начального этапа разработки данной проблемы. Остаются открытыми вопросы о том, что понимать под стилем коммуникации, какие методы могут быть положены в основу его описания, какие стилевые черты его формируют. Так, У. Гудикунст предложил свести все национальные особенности коммуникации к четырем стилям, основанным на дихотомическом противопоставлении: *прямой (direct) vs непрямой (indirect)*, *сложный (elaborate) vs краткий (succinct)*, *личностный (personal) vs контекстуальный (contextual)*, *инструментальный (instrumental) vs аффективный (affective)*. Кратко остановимся на том, что под ними понимается.

*Прямой/непрямой стили*, в понимании У. Гудикунста, связаны с тем, насколько полно и ясно в сообщении говорящего отражены его намерения, интенции. При прямом стиле коммуникации говорящий прямо выражает свои намерения, при непрямом, напротив, они выражены косвенно.

*Сложный, или развернутый (elaborate)/краткий, скупой (succinct) стили* связаны с количеством речи, которое считается нормой в данной культуре, и ее выразительностью. В разных культурах эта норма различна. Так, многим арабским культурам присущ сложный стиль коммуникации, характеризующийся многословием, использованием богатого, экспрессивного языка в повседневном общении, изобилующего яркими метафорами и сравнениями. Скупой стиль общения, свойственный многим азиатским культурам, характеризуется частым использованием молчания, пауз, которые несут семантическую нагрузку. Стиль коммуникации многих европейских культур не вписывается в данную дихотомию, он занимает промежуточное положение, являясь *умеренным, точным* (в английской терминологии — *exacting*).

*Личностный (personal) / контекстуальный (contextual)* стили связаны с тем, какую роль в коммуникации играют ролевые отношения между коммуникантами. Для личностного стиля коммуникации характерно неформальное общение, симметричные взаимоотношения между участниками коммуникации, в центре внимания находится индивид, личность. В связи с этим его можно назвать *личностно-ориентированным*. Подобный стиль коммуникации характерен для индивидуалистических культур, где большую ценность представляет сама личность, а не ее социальный статус. Для контекстуального стиля коммуникации, напротив, характерны формальность, асимметричность, в центре внимания находятся ролевые отношения между участниками общения. Он напрямую связан с таким параметром культуры, как дистанция власти (Power Distance) и, на наш взгляд, может быть назван *статусно-ориентированным*.

*Инструментальный (instrumental) / аффективный (affective)* (его также можно было бы назвать *эмоционально-интуитивный*) стили связаны с разной целевой установкой общения. Инструментальный стиль ориентирован на говорящего и подчинен достижению цели общения. При аффективном стиле коммуникации большая значимость придается самому процессу общения, достижение цели не ставится на первый план, часть информации передается имплицитно, существенную роль играет невербальная коммуникация (жесты, мимика, телодвижения и т. п.).

Выделенные стили коммуникации, как отмечает У. Гудикунст, отражают и воплощают эмоциональные, моральные, эстетические образцы и нормы той или иной культуры. При этом он поясняет, что в той или иной мере они существуют во всех культурах, вопрос в том, какие являются преобладающими, а это предопределяется типом культуры. Именно тип культуры, который характерен для языковой общности, определяет, какой из стилей коммуникации является в данной общности доминирующим, то есть каждая культура в зависимости от господствующих в ней ценностей привязана к определенному стилю (стилям) общения.

Несмотря на свою неоднозначность, выделенные стили коммуникации, на наш взгляд, имеют большое объяснительное значение, так как помогают понять имеющиеся сходства либо различия в коммуникативном поведении представителей различных лингвокультур в межкультурном аспекте, а также обосновать их существование. В некоторой степени данные стили перекликаются с постулатами

П. Грайса [Grice 1975], поскольку касаются таких параметров коммуникации, как количество, качество, релевантность, ясность речи и др., и убедительным образом показывают, что представление об эффективной коммуникации не универсально, а культурно вариативно.

Предложенная У. Гудикунстом классификация стилей коммуникации дает самую общую схему возможных стилевых различий, она представляет интерес в том плане, что показывает, какие параметры могут быть положены в основу выделения стилей, то есть помогает выделить стилеобразующие черты. Очевидно, этими чертами могут быть: объем текста, способ выражения коммуникативных интенций (прямой / не прямой), субъектно-объектная ориентированность, степень эмоциональности, экспрессивности, степень информативности, целевая установка общения (передача информации или поддержание отношений), степень официальности в общении и др. Данный перечень может быть продолжен.

Стиль, как отмечалось, формируется под влиянием экстралингвистических факторов — тех явлений внеязыковой действительности, в которых протекает общение. Национальный стиль коммуникации формируется под влиянием социально-культурных отношений, культурных ценностей, норм и традиций, характерных для определенной культуры, особенностей системы вежливости, которая в каждой культуре имеет свою специфику.

Важнейшим экстралингвистическим фактором, определяющим стиль коммуникации, является тип культуры. Особенности культуры побуждают ее носителей излагать свои мысли четко либо допускать двусмысленность, быть предельно лаконичными либо многословными, свободно проявлять эмоции либо сдерживать их, строго соблюдать дистанцию в общении или пренебрегать ею и т. д. То, что характерно для одной культуры, часто неприемлемо для другой. Именно поэтому известные максимы П. Грайса, сформулированные для индивидуалистических, узкоконтекстных культур (*low context cultures* в терминах Э. Холла), как и правила вежливости Дж. Лича, не могут быть в той же степени применимы к коллективистским, ширококонтекстным культурам (*high context cultures*)<sup>1</sup>, в частности к русской,

<sup>1</sup> В русской интерпретации термины Э. Холла иногда звучат как «высококонтекстная культура» (*high context culture*) и «низкоконтекстная культура» (*low context culture*), что является калькой с английского языка. Однако думается, что в данном случае термины «ширококонтекстная культура» и «узкоконтекстная культура» в большей степени соответствуют русской языковой традиции, согласно



поскольку такой тип культуры предопределяет другие коммуникативные особенности, формирует иной стиль коммуникативного поведения.

При изучении национально-культурных особенностей коммуникации первостепенное значение имеет анализ социокультурных факторов, определяющих это поведение, и эти факторы должны быть включены в орбиту лингвистического исследования. Давая прагматическую характеристику вербальной коммуникации, Г. В. Колшанский отмечал, что прагматику речевого общения надо искать не в сфере взаимоотношений языковых знаков, а в сфере взаимоотношений людей, участвующих в коммуникации [Колшанский 2005: 128].

Так как в коммуникации выделяются языковой и поведенческий аспекты, полагаем, что в общем виде национальный стиль коммуникации, или коммуникативный этностиль, можно определить как исторически сложившийся, предопределяемый культурой и закрепленный традицией тип коммуникативного поведения народа, проявляющийся в выборе и предпочтительности определенных средств коммуникации (вербальных и невербальных), используемых в процессе межличностного взаимодействия [Ларина 2007а].

Важно отметить, что между вербальными и невербальными средствами коммуникации, которым отдается предпочтение в той или иной коммуникативной культуре, прослеживается явно выраженная взаимосвязь, на что неоднократно указывалось исследователями [см. Goddard, Wierzbicka 1997; Земская 2004; Крейдлин 2005 и др.] и что свидетельствует о системности коммуникативного этнотиля. Так, например, характерная для англичан пространственная дистанция находит отражение и в соблюдении вербальной дистанции, которая у русских, в силу особенностей их культуры, легко нарушается; японские и корейские поклоны при приветствии, демонстрирующие уважение к собеседнику путем собственного принижения, повторяются в стратегии «личного умаления» и на вербальном уровне. Таким образом, можно говорить о двух взаимодополняющих подстилях — вербальном и невербальном, которые в совокупности образуют национальный стиль коммуникации.

---

которой контекст может характеризоваться как широкий либо узкий, а не высокий и низкий. — (Habent sua fata libelli).

Национальный стиль вербальной коммуникации можно определить как совокупность исторически сложившихся и закреплённых традицией особенностей использования языка, характерных для носителей данной лингвокультуры. Он представляет собой совокупность коммуникативных черт, в более широком плане — доминант, формируемых в результате регулярного использования определенных коммуникативных стратегий и предопределяемых ими языковых средств.

Национальный стиль невербальной коммуникации можно определить как совокупность исторически сложившихся и закреплённых традицией особенностей использования средств невербальной коммуникации — проксемических, кинесических, тактильных и др.

В основу описания национального стиля коммуникации могут быть положены разноплановые параметры, связанные с социокультурными, аксиологическими, социолингвистическими, психолингвистическими, лингвистическими и др. характеристиками (как количественными, так и качественными):

- **социокультурные** (дистантность / контактность; ориентированность на статус / ориентированность на личность, симметричность / асимметричность отношений и др.);

- **аксиологические** (приоритетные ценности данной культуры, влияющие на процесс коммуникации: личная автономия или интимность, уважение к статусу или равенство; правда, искренность или сохранение лица, молодость или старость т. д.);

- **социолингвистические** (субъектно-объектная ориентированность коммуникантов; степень допустимости прямого коммуникативного воздействия; прямолинейность / косвенность; степень формальности / неформальности (демократичности) в общении и др.);

- **психолингвистические** (эмоциональная сдержанность / эмоциональная открытость, направленность и функциональная значимость эмоций, степень речевой экспрессивности);

- **лингвистические** (наличие, выбор и предпочтение тех или иных языковых средств, особенности синтаксической организации высказываний, степень ритуализованности высказываний и т. д.), в том числе количественные характеристики (длина отдельного высказывания, количество реплик, употребляемых в различных ситуациях общения, лаконичность / многословность и т. д.);

- **паравербальные** (темп речи, громкость, тональность, допустимость и длина пауз, допустимость и роль молчания и т. п.);
- **невербальные**, включающие:
  - проксежное поведение (использование пространства в процессе коммуникации, необходимое количество личной территории);
  - кинесическое поведение (специфические жесты и частотность их использования, выражения лица, позы, телодвижения);
  - тактильное поведение (допустимость прикосновений и тактильные жесты).

Предложенный перечень параметров описания коммуникативного этностиля не является окончательным, безусловно, он нуждается в уточнении и дополнительной систематизации, однако очевидно, что только комплексное описание национального стиля коммуникации с самых разных позиций может дать более или менее полное представление о нем. Проследить системность этностиля и объяснить его особенности нельзя без детального изучения и анализа факторов, определяющих его. Важнейшим из его стилеобразующих факторов является культура.

## 1.2. Изучение культуры в свете коммуникативных задач

### 1.2.1. Содержание понятия «культура»

В современных гуманитарных науках понятие *культура* является одним из важнейших. Вместе с тем оно настолько сложно и объемно, что его невозможно определить однозначно. В настоящее время специалисты насчитывают более 500 определений культуры, в зависимости от того, какие ее стороны являются предметом рассмотрения (см. [Кравченко 2001: 11]). Само слово *культура* многозначно во всех европейских языках. Раймонд Уильямс, один из основателей культурологии как научной дисциплины, в своей книге *Key words* («Ключевые слова» [Williams 1976], пытаясь определить слово 'culture', признал, что это одно из самых трудных для определения слов в английском языке.

Культура является предметом изучения всех социальных и гуманитарных наук (истории, социологии, антропологии, этнологии, культурологи, лингвокультурологии, лингвистики и др.), каждая из которых рассматривает определенный ее пласт. Это одна из причин того, что существует такое большое количество определений понятия культура. Другая причина в том, что существуют разные взгляды на культуру.

Наиболее классическое определение культуры, господствовавшее многие десятилетия, было предложено профессором антропологии Оксфордского университета Эдвардом Тайлором [Tylor 1903]: «Культура, или цивилизация, рассматриваемая в широком этнографическом значении, представляет собой сложное целое, включающее познание, верования, искусство, мораль, право, обычаи и некоторые другие способности и привычки, присущие человеку как члену общества. Особенности культуры различных обществ человеческого рода, насколько они в принципе могут быть изучены, являются темой, близкой к изучению законов человеческого мышления и поступков» [Tylor 1903, цит. по: Лурье 1998: 140].

Привлекает своей доступностью и образностью определение, которое дал Клакхон — «Культура для общества — это то же, что память для человека» (Culture is to society what memory is to individuals) [Kluckhohn 1954, цит по: Triandis 1994: 1]. Подобную мысль высказывал Д. С. Лихачев: «Культура личности формируется в результате деятельности памяти одного человека, культура семьи — как результат семейной памяти, культура народа — народной памяти» [Лихачев 1991: 201]. Ю. М. Лотман также отмечал, что, с точки зрения семиотики, культура представляет собой коллективный интеллект и коллективную память, то есть надындивидуальный механизм хранения и передачи некоторых сообщений (текстов) и выработки новых» [Лотман 2004: 673].

Г. Хофштеде назвал культуру «программным обеспечением ума» (Culture is a software of the mind) [Hofstede 1991], подчеркнув тем самым, что культура определяет сознание человека и руководит его деятельностью.

В российской культурологии существует два основных направления: *ценностный* подход к культуре и *деятельностный*. Согласно первому, культура — это совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеком. При деятельностном подходе культура рассматривается как способ деятельности, как система меха-

низмов, благодаря которым стимулируется, программируется и реализуется активность людей в обществе [Лурье 1998: 155]. Впервые эта мысль была высказана Э. С. Маркаряном, который определил этнические культуры как «исторически выработанные способы деятельности, благодаря которым обеспечивалась и обеспечивается адаптация различных народов к условиям окружающей их природной и социальной среды» [Маркарян 1978: 8–9].

Совместное долгое проживание групп людей на одной и той же территории, их хозяйственная деятельность формируют у них единый образ жизни, стиль поведения, стиль одежды, манеру общения, общее мировоззрение и т. д. В результате формируется самостоятельная культурная система — *этническая культура*. Таким образом, культура — продукт совместной жизнедеятельности людей, система согласованных способов их коллективного существования. В процессе жизнедеятельности и адаптации к окружающей среде люди вырабатывают языки коммуникации, социальные нормы, сплачивающие коллектив в сообщество, правила общежития, нормативный этикет — все то, что регулирует социальную жизнь в данном сообществе, накапливается им и передается из поколения в поколение. Рождаясь в конкретном социуме, человек приобретает принятые в нем правила и нормы как наиболее естественный и правильный способ поведения.

Представляется, что ценностный подход, который рассматривает культуру как «совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеком», с позиций теории межкультурной коммуникации не противостоит деятельностному подходу, а дополняет его и даже является его составляющей. Культурные ценности сказываются на поведении людей, но все же они являются производными. Как подчеркивает С. В. Лурье, составляющими «центральной зоны» культуры являются не верования и ценности, а адаптационно-деятельные модели [Лурье 1998: 220]. Понимание культуры как «способа человеческой деятельности, способа существования людей, имеющего адаптивную природу» [Маркарян 1978: 8–9] позволяет объяснить многие особенности коммуникативного поведения представителей определенной лингво-культурной общности.

Как предмет изучения культурной антропологии культура определяется как совокупность результатов деятельности человеческого общества во всех сферах жизни и всех факторов (идей, верований, обычаев, традиций), составляющих и обуславливающих образ жизни нации, класса, группы людей в определенный период времени

[Тер-Минасова 2007: 13]. В то же время культура — это не только результат материального и духовного развития, но и сам процесс сознательной деятельности, в ходе которого изменяется не только окружающая среда, но и он сам [А. С. Мамонтов, С. П. Мамонтов 2005: 27].

Культурное своеобразие проявляется в самых разных сторонах человеческой деятельности. В связи с этим представляется важной идея различать культуру на *глубинном* (*deep culture*) и *поверхностном* (или *внешнем*) (*surface culture*) уровнях [Guirdham 1999], между которыми существует тесная взаимосвязь, ибо культура — это образ жизни людей, и она пронизывает все ее стороны. Поверхностный уровень включает все то, что мы можем наблюдать и воспринимать органами чувств (различия в одежде, еде, архитектуре, музыке, ритуалах, жестах и т. д.), глубинный — то, что скрыто от глаз, но не менее важно, поскольку внешние различия предопределяются глубинными различиями и являются их проявлением. Для формирования взгляда на культуру как на целостную систему, а не совокупность разрозненных фактов, большое значение имеют элементы глубинной культуры, находящиеся в сознании людей (мировоззрение, мораль, традиции, ценности — все то, что нельзя ощутить органами чувств). К элементам глубинной культуры исследователи относят и характерные для данного социума социально-культурные отношения [Guirdham 1999: 50].

Для теории межкультурной коммуникации особое значение имеет та часть культуры, которая связана с нормативно-регулятивными и коммуникативными механизмами. По этой причине социальная организация общества должна быть в центре внимания исследователей, так как именно она регулирует взаимоотношения между членами группы, определяет их социальные роли, дает ключ к пониманию культурных ценностей, а также норм поведения. Через нее можно объяснить многие национально-культурные особенности коммуникации представителей различных культур.

В межкультурной коммуникации важно не столько то, какому из существующих определений культуры отдать предпочтение, сколько понимание того, что дает знание культуры участникам межкультурного общения, оказывающимся в роли интерпретаторов культуры. И здесь важно учитывать, что культура является основным регулятором деятельности людей. Как отмечал Л. С. Выготский, «культура создает особые формы поведения, она видоизменяет деятельность

психических функций человека» [Выготский 1960: 45]. По мнению А. Я. Флиера, система социальных норм является квинтэссенцией культуры, порождаемой в процессе накопления и аккумуляции социального опыта, его селекции и выделения наиболее оправдавших себя образцов проявления сознания и осуществления деятельности [Флиер 2000: 39]. Нормативный и поведенческий аспект кладут в основу определения культуры многие авторы, и именно этот аспект имеет особо важное значение для теории межкультурной коммуникации. А. С. Мамонтов и С. П. Мамонтов определяют культуру как сложнейшую, исторически развивающуюся систему норм и взаимоотношений, «сложившихся за сотни тысяч лет внутри биологического вида *Homo sapiens* и направленных на его выживание и совершенствование» [Мамонтов, Мамонтов 2005: 27]. Таким образом, культура предопределяет сознание народа и его поведение, она дает нам ключ к пониманию национально-культурных различий.

Поскольку целью нашего исследования являются различия в коммуникации, помимо понятия *культура*, мы будем использовать предложенное И. А. Стерниным понятие *коммуникативная культура*, которая понимается как *фрагмент национальной культуры, отвечающий за коммуникативное поведение нации* [Стернин, Ларина, Стернина 2003: 9].

### 1.2.2. Параметры измерения культур

Культура — абстрактное понятие, и описать ее чрезвычайно сложно, но те попытки ее описания, классификации, измерения, которые уже предприняты учеными (G. Hofstede, E. Hall, C. Kluckhohn, F. Strodbeck и др.), представляются весьма существенными, поскольку обладают большими объяснительными возможностями.

Г. Хофштеде [Hofstede 1984, 1991] выделил 4 основных параметра, которые могут быть положены в основу классификации культур: индивидуализм/коллективизм; дистанция власти (Power Distance); терпимость/нетерпимость к неопределенности (Uncertainty Avoidance) и мужское/женское начало (masculinity/femininity). Первые связаны с социальными характеристиками общества и для межкультурной коммуникации имеют, на наш взгляд, первостепенное значение.

В основе деления культур на *индивидуалистические* и *коллективистские* лежит исторически сложившийся уровень дистанции между членами общества (в данном случае речь

идет о горизонтальной дистанции). В индивидуалистических культурах дистанция больше, в коллективистских — меньше. Эти различия находят отражение в идеологии, в восприятии своего «я», в типе взаимоотношений между членами общества, в системе воспитания, в культурных ценностях, в образе жизни, в поведении, в том числе и коммуникативном, и т. д.

В индивидуалистической культуре преобладают интересы индивида, «я» стоит выше, чем «мы», индивидуальные цели важнее групповых. Семья состоит из родителей и их детей (малая семья, или нуклеарная). Цель воспитания ребенка в семье — сделать его самостоятельным, независимым, в том числе и от родителей. Независимо от достатка семьи дети рано начинают зарабатывать деньги, рано покидают дом родителей, после ухода детей из семьи контакты с родителями сводятся до минимума. Карьера человека зависит от его личных качеств и достижений. Взаимоотношения строятся на основе независимости и равенства.

В коллективистской культуре, напротив, преобладают интересы группы (семьи, племени, рода, коллектива), здесь «мы» стоит выше, чем «я», групповые цели важнее индивидуальных. Семья может состоять из довольно большого количества людей, мнение семьи играет большую роль. Ценность отдельной человеческой жизни низкая и часто приносится в жертву интересам группы. Карьера человека зависит не столько от его личных качеств, способностей и достижений, сколько от связей и умения строить отношения. В коллективистских культурах отношения между членами группы более тесные, чем в индивидуалистических культурах, они строятся на основе взаимозависимости, взаимопомощи и подчинения.

Представители названных типов культур характеризуются разным восприятием «образа себя»: в индивидуалистической культуре — это «я-образ», в коллективистской — «мы-образ». Представителям многих коллективистских культур, в частности японской, китайской, для которых на первом месте стоит группа, а не личность, трудно выделить отдельного человека из этой группы. Любопытно, что и слово «я», и обозначающие его иероглифы в китайском и японском языках имеют, как отмечают исследователи, отрицательную коннотацию; человек существует и является кем-то только если он / она принадлежит к какой-то группе [Gannon, Associates 1994: 325]. В английском языке, напротив, местоимение I (я) пишется с большой буквы, что отражает значимость индивида в английской культуре. В русском



языке, как мы знаем, с большой буквы пишется местоимение *Вы*, что свидетельствует о других ценностях и приоритетах. В речи индивидуалисты чаще используют местоимение *я*, коллективисты — *мы*.

Данные типы культур имеют разные ценности. В индивидуалистических культурах ценятся свобода личности, независимость, равенство, уважение прав человека, индивидуальность, прагматизм, личная инициатива, конкуренция, соревновательность, высоко ценится человеческая жизнь. В коллективистских культурах важнейшими ценностями являются взаимозависимость и взаимопомощь, самопожертвование, привязанность к дому, к родным местам, скромность, уважение к старшим и даже их почитание, соблюдение иерархии.

Деля культуры по признаку «коллективизм / индивидуализм», исследователи предупреждают о том, что к этому делению нельзя подходить буквально, поскольку в индивидуалистических культурах могут быть коллективисты, а в коллективистских — индивидуалисты, большинство культур представляют собой смесь индивидуалистических и коллективистских черт, однако те или иные тенденции могут преобладать (см. [Triandis 1995]).

**Дистанция власти (Power Distance)** — второй важный параметр классификации культур, относящийся к социальному устройству общества. Расстояние между теми, кто наделен властью, и теми, кто не обладает ею, в разных культурах также различно, и здесь речь идет о вертикальной дистанции. Индекс PD (Power Distance) определяется тем, насколько члены общества, обладающие меньшей властью, принимают это неравенство [Hofstede 1991: 28; Adler, Rodman 1997: 306]. Думается, это определение можно было бы продолжить, добавив «и насколько члены общества, обладающие большей властью, демонстрируют свое превосходство».

В странах с высоким уровнем PD большое значение придается статусу, социальному положению, поэтому предлагаем назвать эту дистанцию статусной. Статусная дистанция отражает социальную асимметрию между членами общества, то расстояние, которое отделяет людей, обладающих разным статусом, наделенных разным количеством власти.

Этот параметр культуры также отражается в культурных ценностях. В странах с высоким индексом дистанции власти неравенство носит демонстративный характер, отношения строятся на подчинении, послушании, почитании, обязательном выполнении указаний старших. Власть дает огромное преимущество тем, кто ею обладает.

В странах с низким индексом дистанции власти власть не дает особых льгот и привилегий. Ценятся образованность, идеи и личные достоинства, а не статус. В сфере социальных отношений предпочтение отдается минимизации неравенства, ее завуалированности, а также личной инициативе.

Статусная дистанция проявляется во всех типах взаимоотношений, в которые человек вступает на протяжении своей жизни: дети — родители, ученики — учителя, студенты — преподаватели, начальники — подчиненные. В странах с незначительной статусной дистанцией как с равными обращаются родители и дети, преподаватели и студенты, начальник ждет от подчиненных личной инициативы, а не простого выполнения поручений (см. [Hofstede 1991]). В странах со значительной статусной дистанцией в семье царит атмосфера послушания и подчинения старшим. (Вспомним реплики, которые часто можно услышать в русских семьях: *Тебе отец что сказал? / Ты как с матерью разговариваешь? / Как ты смеешь перечить родителям?*). В мусульманских странах, где старшие обладают еще большим авторитетом и властью, степень подчинения еще выше. Дети не смеют выбрать себе спутника или спутницу жизни, если не получили согласия родителей, высок статус учителя (гуру), в профессиональной сфере начальник — человек, который заслуживает большого уважения, оцениваются не столько его качества как умелого организатора и отличного специалиста, а прежде всего его статус.

Исследователями доказано, что социальная дистанция (D) и статусная дистанция (P) тесно взаимосвязаны: более индивидуалистические культуры характеризуются более низким индексом власти, в более коллективистских культурах этот индекс выше (см. [Hofstede 1984; 1991]).

Таким образом, дистанция и власть культурно вариативны и являются важнейшими основаниями для определения типа культуры. В дальнейшем будем говорить об этих параметрах как о социальной, или горизонтальной дистанции, и статусной, или вертикальной дистанции.

**Допустимость / недопустимость неопределенности** (в терминах Г. Хофштеде — **Uncertainty Avoidance**) — третий параметр деления культур. Суть этого параметра заключается в том, что у каждого человека есть свой лимит неопределенности, двусмысленности, за которым, начинается чувство дискомфорта. Степень допустимой неопределенности, при которой люди чувствуют

себя комфортно, является культурно вариативной. В одних она выше, в других — ниже.

Культуры, различающиеся по данному параметру, имеют различные ценности. Так, в культурах, толерантных к неопределенности, ценятся риск, перемена места жительства, места работы, отсутствует сентиментальная привязанность к родным местам, на первом месте — прагматические устремления: жить надо там, где есть перспектива, где можно сделать карьеру. Представители культур, для которых характерно стремление к определенности, предпочитают стабильность, любят традиции, боятся рисковать, не любят перемен.

Г. Хофштеде называет ряд любопытных разноплановых характеристик, отличающих данные культуры, которые касаются различных сфер жизни. Приведем некоторые из них.

В культурах, толерантных к неопределенности, неопределенность воспринимается как нормальное состояние; то, что отличается от привычного, вызывает любопытство; существуют мягкие правила для детей, которым многое позволено; студенты больше заинтересованы в интересной дискуссии, чем в правильном ответе; преподаватель может сказать «Я не знаю»; представители данных культур сдержанны в проявлении эмоций (см. [Hofstede 1991: 125]).

В культурах, избегающих неопределенности, последняя воспринимается как угроза; то, что отличается от привычного, вызывает не любопытство, а чувство опасности и страха; существуют многочисленные ограничения и правила для детей, которые обязаны их выполнять; студенты больше заинтересованы в правильном ответе, чем в свободной дискуссии; считается, что учитель должен знать все и не может сказать «Я не знаю»; допускается свободное проявление эмоций [там же].

Что касается коммуникативного поведения, то, помимо различий в проявлении эмоций, здесь также наблюдаются интересные особенности. В культурах с низким уровнем допустимой неопределенности, общаясь с незнакомыми, люди обычно используют стратегии, которые помогают эту неопределенность уменьшить: задают вопросы, пытаются найти общие точки соприкосновения, при первом знакомстве часто говорят о месте работы, месте жительства, семье, возрасте и других подробностях. В культурах, где допускается высокий уровень неопределенности, собеседники не нуждаются в обмене подоб-

ной информацией, напротив, они высоко ценят личную автономию. Даже коллеги, проработавшие вместе 10–20 лет, могут быть не осведомлены о семейном положении друг друга, о наличии детей и т. д. Очевидно, подобная информация их и не интересует, так как не имеет никакого отношения к профессиональной деятельности.

Интересным различием, сказывающимся на коммуникации, является наличие/отсутствие противопоставления «свой/чужой», что также является отличительным признаком данных культур.

В культурах, избегающих неопределенности, такое противопоставление существует, в них наблюдается заметная разница в типе взаимоотношений между «своими» и «чужими». Отношения со «своими» отличаются большей близостью, с «чужими» — большей холодностью и формальностью. Чужих реже замечают, им, как правило, не улыбаются. Чтобы стать членом группы, требуются определенные усилия, но затем отношения, как правило, развиваются по нарастающей и нередко могут доходить до интимного уровня.

В культурах, толерантных к неопределенности, деление на «своих» и «чужих» отсутствует; отношения между членами группы и «аутсайдерами» практически одинаковые — ровные и приветливые, но при этом не слишком близкие. В этих культурах улыбаются всем, со всеми одинаково вежливы. Люди часто здороваются с незнакомыми, легко вступают в контакт, но дальше отношения не всегда имеют продолжение, сближение происходит медленно, в отношениях сохраняется определенная дистантность.

В целом, по наблюдениям исследователей, низкий уровень неопределенности чаще всего сочетается с такими культурными параметрами, как коллективизм и высокая статусная дистанция; высокий уровень характерен для индивидуалистических культур с низкой статусной дистанцией. Однако это лишь общая тенденция, имеются и исключения: так, например, для индивидуалистической Франции характерна низкая допустимость неопределенности [Gallois, Callan 1997: 31].

Таким образом, в поведении людей, принадлежащих к различным культурам, нет ничего случайного. То, что часто бросается в глаза, вызывает удивление и недоумение, на самом деле является естественным поведением, соответствующим данному типу культуры.

**Мужское/женское начало (Masculinity/Femininity)** — не самый удачный термин, так как половые различия важны здесь лишь частично. Выбрав данный термин, Г. Хофштеде

принимал во внимание то, какие черты — мужские или женские — в большей степени характерны для той или иной культуры.

В культурах с мужским началом доминируют ценности, характерные в большей степени для мужчин, они ассоциируются с амбициозностью, достижением цели, силой воли, властью денег, высоко ценятся материальные вещи. Представители таких культур склонны много и напряженно работать, в работе видят смысл жизни, большое значение играет конкуренция, стремление к достижению успеха. В таком типе культур существуют большие различия в поведении мужчин и женщин: мужчины лидируют, женщины должны быть покорны, дети общаются преимущественно с представителями своего пола. В качестве примера Г. Хофштеде называет Японию, Австрию, Венесуэлу, Мексику, Ирландию.

В культурах с женским началом доминируют ценности, в большей степени характерные для женщин: сочувствие к слабым (в мужских культурах сочувствие унижает), ценятся теплые отношения, большое значение придается вопросам воспитания. Существующие нормы и ценности касаются в равной степени мужчин и женщин. Большое значение в таких культурах имеют духовные ценности. Провозглашается равенство полов, мужчины могут взять на себя заботу о воспитании детей, мужчины и женщины разделяют обязанности по дому (Скандинавские страны, Нидерланды).

Данный параметр в наименьшей степени связан с индивидуализмом и коллективизмом. Так, англо-саксонская культура, являющаяся крайне индивидуалистической, характеризующаяся небольшой дистанцией власти и высокой терпимостью к неопределенности, по данному параметру занимает срединное положение. Думается, то же можно сказать и о русской культуре. С одной стороны, ценятся теплые отношения, сострадание, сочувствие, с другой — лидерство мужчин, решение проблем силовыми методами.

Как уже отмечалось, характеризуя культуры по названным параметрам, следует иметь в виду, что это деление не является дихотомическим. В одной и той же культуре могут присутствовать как одни, так и другие характеристики. Речь может идти лишь о неких тенденциях и предпочтениях.

Нельзя не отметить также, что предложенный подход к классификации культур вызывает много вопросов и не может быть назван безусловно однозначным. Тем не менее, выделенные параметры дают некоторые ориентиры в сложном процессе межкультурного общения.

Зная о существовании названных различий в культурах, легче понять и объяснить многие различия в коммуникации, адекватно интерпретировать особенности коммуникативного поведения представителей других культур и находить им объяснение.

Отмеченные культурные особенности проявляются во всех сферах общения. Так, например, в деловой сфере они определяют степень формальности отношений в коллективе, роль личной инициативы при решении тех или иных вопросов, степень вмешательства руководителя в производственный процесс и др. Представители коллективистских культур с высокой статусной дистанцией, устроившись на работу в западную компанию, обычно чувствуют себя дискомфортно от того, что отношения между коллегами представляются им слишком фамильярными, отсутствует уважение (в их понимании) к начальству; взаимоотношения носят соревновательный, а не кооперативный характер; начальник недостаточно четко и конкретно ставит перед ними задачи, не определяет пути их решения; они ощущают недостаток в инструкциях, испытывают временной прессинг. Знания культурных особенностей помогают преодолевать возникающие сложности, быстрее адаптироваться к новым условиям.

Среди перечисленных параметров измерения культур наибольшее значение для понимания особенностей национально-культурной специфики общения имеют, на наш взгляд, культурные параметры, относящиеся к социальной организации общества — горизонтальная и вертикальная дистанции. Они обладают большими объяснительными возможностями и потому заслуживают отдельного рассмотрения.

### 1.2.3. Культура и социальные отношения

Социокультурная организация общества, а также связанные с ней доминирующие культурные ценности, являются важнейшими параметрами культур, что убедительно доказано исследователями (G. Hofstede, E. Hall, F. Kluckhohn, F. Strodtbeck, W. Gudykunst, H. Triandis и др.).

Социальные отношения, в которые мы вступаем в процессе общения, многочисленны и разнообразны, однако в межкультурной коммуникации в первую очередь необходимо учитывать такие наиболее общие параметры, как горизонтальная и вертикальная дистанции, характерные для конкретной культуры. *Дистанция и власть* — два

основных фактора, которые определяют социальные взаимоотношения между собеседниками. Данные параметры являются важнейшими структурными характеристиками культуры, они определяют многие национально-культурные особенности коммуникации и могут быть названы детерминантами коммуникативного поведения народа.

Горизонтальная дистанция показывает степень социально-психологической близости между коммуникантами, она может варьироваться в широком диапазоне, в результате чего отношения между собеседниками могут отличаться разной степенью дистантности (от формальных до интимных). В межкультурном аспекте данный тип отношений определяет исторически сложившуюся дистанцию, характерную для данного социума, которая может быть больше или меньше в разных культурах.

Дистанция напрямую связана с таким параметром культуры, как индивидуализм/коллективизм. Чем более индивидуалистической является культура, тем больше дистанция, разделяющая людей, и наоборот. Культуры, для которых характерна близкая дистанция общения, можно называть **к о н т а к т н ы м и** (в английской терминологии — *high-contact cultures*). В таких культурах личное пространство, при котором человек чувствует себя комфортно, незначительно, широко используется тактильная коммуникация: допускаются прикосновения, объятия, поцелуи (к таким культурам относятся латиноамериканские страны, арабские страны, Турция, Греция и др.). Культуры, в которых принято соблюдение дистанции общения — **д и с т а н т н ы м и** (*low-contact cultures*). Для них характерно значительное личное пространство, тактильная коммуникация используется ограниченно. К последним относятся Великобритания, США, ряд западноевропейских стран.

Знание принятой в той или иной культуре дистанции общения необходимо для понимания поведения собеседника. В литературе по межкультурной коммуникации неоднократно описывались забавные примеры того, как американцы и латиноамериканцы (или арабы) в процессе общения постоянно перемещаются. Американцы, чувствуя дискомфорт от слишком короткой дистанции, отходят от собеседника, тот же, наоборот, старается приблизиться, так как испытывает неудобство от чрезмерно длинной, на его взгляд, дистанции общения.

Важно подчеркнуть, что различия в дистанции касаются не только проксемических характеристик коммуникации. Они влияют на

стиль коммуникации в целом, формируя особенности невербальной, вербальной и эмоциональной коммуникации. Более того, они определяют культурные ценности и образ жизни народа.

Вертикальная дистанция показывает степень социального неравенства, разделяющего собеседников, вызванного тем, что один партнер по коммуникации обладает большей властью, чем другой. Поскольку данная дистанция зависит от иерархии собеседников, их статуса (возрастного и/или социального), она может быть названа статусной дистанцией.

Степень статусного неравенства в разных культурах также различна: в русской культуре она выше, чем в английской, (подтверждением чему является, в частности, наличие в русском языке местоимений *ты/вы*, обращений по имени — отчеству); в восточных культурах выше, чем в русской: там мы наблюдаем еще большее разнообразие местоимений второго лица, еще большее уважение к старшим, еще большее почитание статуса и соблюдение иерархии. Так, например, в узбекском языке существует 4 местоимения второго лица, которые выражают разные оттенки отношений, в японском — 7. В Китае члены семьи и родственники обращаются друг к другу исключительно по иерархии родства, например, «вторая старшая сестра», «муж старшей сестры», «жена старшего дяди со стороны матери» и т. д. Обратиться по имени можно только к младшему. Что же касается служебной иерархии, то китайцы при обращении эксплицируют название любой должности с соблюдением строгой иерархии (см. [Тань Аошуан 2004: 96]). Здесь мы имеем наглядное свидетельство того, как особенности культуры (в данном случае это статусная дистанция, являющаяся одним из важнейших параметров культуры) проявляются в коммуникации и определяют ее основные черты, что в свою очередь подтверждает тезис о том, что «условия функционирования языка выступают как фактор, формирующий систему языка» [Земская 2004: 240].

Данные различия в социально-культурных отношениях находят прямое отражение в особенностях коммуникации. Английский стиль характеризуется симметричностью взаимоотношений между участниками коммуникации, высокой степенью неформальности, удивляющей представителей многих других культур: быстрый переход на обращение по имени, неформальное приветствие старших младшими (например, обращение по имени студентов к преподавателю или подчиненных к начальнику), что позволяет определять



английский стиль коммуникации как *лично-ориентированный*. В английской культуре важна сама личность, а не ее социальный статус.

Особенностью японского, корейского или китайского стилей коммуникации, где большую роль играет именно статус собеседников, напротив, является формальность в общении, подчеркивание асимметричности ролевых позиций, молодое поколение не может позволить себе спор на равных со старшим по возрасту и т. д. В данных языках существуют специальные языковые средства, указывающие на статус собеседников, степень близости, контекст общения, что позволяет характеризовать эти стили коммуникации как *статусно-ориентированные*.

Различия в социальной и вертикальной дистанциях предопределяют многие особенности коммуникативной культуры. Это и разная дистанция в общении, возможность или, напротив, недопустимость тактильной коммуникации, степень допустимого коммуникативного воздействия, степень прямолинейности при выражении тех или иных коммуникативных интенций, степень формальности в общении и т. д., что будет наглядно показано в дальнейшем.

Как уже отмечалось, социальная дистанция (т. е. горизонтальная) и статусная дистанция (вертикальная) тесно взаимосвязаны: более индивидуалистические культуры, т. е. культуры со значительной горизонтальной дистанцией, характеризуются более низким индексом власти; в более коллективистских культурах этот индекс выше. Данная закономерность позволяет объяснить и понять тот любопытный факт, что в английской коммуникативной культуре при ее в целом дистантных отношениях, наблюдаемых на горизонтальной шкале, оказывается возможным такое неформальное обращение подчиненного к начальнику или студента к преподавателю, как *Hi, Tom/Hi, Jehnny*, воспринимаемое русскими как непозволительная в данных ситуациях фамильярность.

Социокультурные параметры (горизонтальная и вертикальная дистанции) лежат в основе поведенческих стереотипов. Они предопределяют то, что ценится в данном обществе: уважение к статусу или равенство, дистантность отношений или интимность, формальность или неформальность и т. д.

Важно подчеркнуть, что они затрагивают как вербальную, так и невербальную сферы общения, между которыми наблюдается определенная взаимосвязь, что в очередной раз свидетельствует

о системности культуры. Так, характерная для англичан пространственная дистанция, проявляющаяся в большем, чем у русских, расстоянии во всех типах общения, недопустимости прикосновений (англичане при встрече не обнимаются, не обмениваются рукопожатием, пожимают руку только при знакомстве и т. д.), отражается и на соблюдении вербальной дистанции, проявляющейся, прежде всего, в такой важнейшей черте английского стиля коммуникации, как *неимпозитивность* — недопустимость оказания прямого коммуникативного воздействия на собеседника и нарушения таким образом зоны его личной автономии. На вербальном уровне данная черта наглядно проявляется в разнообразных стратегиях дистанцирования, в косвенном выражении побуждений, в строгих ограничениях на употребление императива, в многочисленных коммуникативных табу и т. д.

Незначительная пространственная дистанция у русских (меньшая, чем у англичан дистанция общения, допустимость прикосновений, объятий, поцелуев) также находит отражение на вербальном уровне: русские допускают оказание прямого коммуникативного воздействия на собеседника, что при этом часто не является нарушением норм общения, любят давать советы, в том числе и непрошенные, делать замечания, перебивать, вмешиваться в разговор и т. д.

Подобную аналогию между вербальным и невербальным поведением, в основе которого лежит культурный параметр дистанции, можно заметить и в других культурах. Так, японские и корейские поклоны при приветствии, демонстрирующие уважение к собеседнику путем собственного принижения, повторяются в стратегии «самоумаления», «самоуничижения» и в вербальной коммуникации. Представители этих культур, как известно, никогда не хвалят свой дом или членов своей семьи в присутствии гостей, а говорят о них уничижительно, руководствуясь такой культурной ценностью, как скромность, занимающей одно из первых мест в их ценностной иерархии. Приглашая к праздничному столу, хозяин может сказать *Отведайте нашей скудной пищи*. Японское *простите*, которое также часто употребляется как приветствие, а в последнее время даже как выражение благодарности, в буквальном переводе означает *мне нет прощения* (тоже некоторый элемент самобичевания).

Данные примеры свидетельствуют о том, что социально-культурные параметры носят системный характер, они пронизывают всю культуру, проявляются в образе жизни, в сознании, в аксиологиче-

ской системе, в языке и коммуникации. Асимметрия социально-культурных отношений отражается на асимметрии систем вежливости, на доминирующих коммуникативных стратегиях, на особенностях национальных стилей коммуникации. Знание данных параметров культуры представляется чрезвычайно важным, поскольку помогает понять, правильно интерпретировать и даже предугадать коммуникативное поведение представителей других лингвокультур, существенно способствует пониманию особенностей межличностной коммуникации, объясняет как специфику построения дискурса в целом, так и структурные и коммуникативно-прагматические особенности отдельных высказываний.

#### 1.2.4. Культура и коммуникация

Существует мнение о том, что в основе культурных различий лежат различия в коммуникации. Основоположник теории межкультурной коммуникации Эдвард Холл высказал идею об однородности и взаимодейстерицированнойности коммуникации и культуры. По его мнению, культура — это коммуникация, а коммуникация есть культура [Hall 1959: 169]. Культура развивается только благодаря коммуникации. М. Гирдхам по этому поводу пишет: «Культуры — это не что иное, как одинаковый образ мыслей и способ деятельности, существующие по причине относительно изолированной внутригрупповой коммуникации. Культуры различаются одна от другой потому, что уровень общения между представителями разных культур ниже, чем между представителями одной культуры. Если бы люди из разных культур общались между собой столько же, сколько они общаются в рамках своей культуры, то сами культуры скоро бы исчезли». Приведем это высказывание в оригинале.

Cultures are nothing more than common ways of thinking and acting, which develop because of relatively isolated within-group communication. Cultures differ from one another because there is less contact between cultures than within them. If everybody communicated with people outside their culture as much as they do with people within it, cultures would soon disappear [Guirdham 1999: 60].

Б. Хаслетт отмечает, что культура и коммуникация приобретаются одновременно и не могут существовать одна без другой [Haslett 1989]. Культура — это одинаковый образ жизни, который может сложиться только через коммуникацию. На органическую связь между

культурой и коммуникацией указывал Ю. М. Лотман, который отмечал, что культура является коммуникационной системой, обслуживающей коммуникативные функции [Лотман 2004: 396]. Он высказывал мысль о возможности выделения культур, ориентированных на сообщение (модель «Я – ОН»), и культур, ориентированных на автокоммуникацию (модель «Я – Я») (см. [там же: 163–177]).

Э. Холл [Hall 1976] предложил положить в основу деления культур такую категорию, как коммуникативный контекст, который он определил как обстановку, в которой проходит процесс коммуникации — *environment in which communication process takes place*. Культуры, в которых коммуникация во многом определяется контекстом, он назвал *high-context cultures* («высококонтекстные культуры», в русском языке лучше «ширококонтекстные культуры»). Культуры, в которых коммуникация незначительно зависит от контекста — *low-context cultures* («низкоконтекстные», лучше «узкоконтекстные культуры»).

Исследователи проследили связь между такими параметрами, как коллективизм/индивидуализм и широкий/узкий контекст и пришли к выводу, что коллективистские культуры являются ширококонтекстными, индивидуалистические — узкоконтекстными [Gudykuns, Ting-Toomey 1990: 44]. Данный факт в очередной раз свидетельствует о тесной связи между коммуникацией и культурой. Однако дальнейший вывод о том, что для узкоконтекстных индивидуалистических культур характерен прямой стиль коммуникации, в то время как для ширококонтекстных коллективистских — косвенный, требует, как будет показано, уточнения.

Помимо коммуникативной функции культуры, которая заключается в передаче информации, важную роль для межкультурной коммуникации играет нормативная функция. Она проявляется в том, что именно культура ответственна за создание норм, стандартов, правил поведения. Количество предписаний, регламентирующих и регулирующих поведение, в различных культурах неодинаково. По этому принципу культуры можно условно поделить на «культуры интенсивного насыщения нормами» и «культуры неинтенсивного насыщения нормами» [Кравченко 2001: 22]. Другими словами, культуры различаются по степени регламентированности поведения, в том числе коммуникативного. Наибольшая насыщенность нормами характерна для восточных культур (Китая, Японии), имеющих наиболее тонкие и разработанные правила этикета. Что касается культур, являю-

щихся объектом нашего рассмотрения, то английская коммуникативная культура является более регламентированной, по сравнению с русской, для которой характерен более свободный и естественный стиль коммуникации.

Т. Парсонс [Parsons 1953] также считает тип общения одним из параметров классификации культур. Он выделяет *конкретное общение* и *диффузное общение*. Конкретное общение характеризуется тем, что человек выбирает себе социальное окружение для реализации конкретных целей; при диффузном общении при выборе социального окружения приоритет отдается не конкретным целям, а личностным качествам. К. О. Касьянова, анализируя точку зрения Т. Парсонса, подчеркивает, что круг общения, основанный на принципе диффузности, обладает определенной замкнутостью, он не любит «чужаков», не доверяет им [Касьянова 2003: 285]. Таким образом, здесь мы в очередной раз наблюдаем оппозицию «свой – чужой» (или *insider – outsider*), присущую коллективистским культурам и отсутствующую в культурах индивидуалистического типа. Допуская, что в общении каждого отдельного человека, входящего в данный круг, присутствуют и элементы принципа конкретности, К. О. Касьянова подчеркивает, что друзья, с которыми он общается «конкретно», и те, с которыми он общается «диффузно», имеют для него совершенно несравнимый статус [там же].

Иллюстрацией данных мыслей могут служить наблюдения Л. Виссон о различиях в понимании дружбы в России и Америке. В книге о русско-американских браках [Виссон 1999] она пишет по этому поводу:

Близость и заботливость русской дружбы может быть весьма привлекательной по сравнению с присущей многим американцам позицией «сначала я»... Американцы привыкли часто переезжать с места на место, расставаясь со старыми друзьями и заводя новых. У них есть друзья на работе и друзья в клубе, в спортивном центре и в церкви. «Фред рассказывал о своем друге по гимнастическому залу и даже не мог вспомнить его имени, — рассказывает Ирина. — Какой же это друг?» Для американцев *друзья* — это, скорее, люди, с которыми они связаны какой-либо деятельностью, скажем, играют в теннис или в гольф, вместе ходят ужинать. А в России *друг* — это человек, с которым можно делить последний кусок хлеба или поговорить по душам. Просто сидеть и говорить, говорить, говорить. На самые сокровенные темы... Друг — это и брат, и собутыльник, и родная душа, и надежная защита от внешнего мира [Виссон 1999: 152–154].

А. Гладкова также высказывает предположение о том, что семантика английского слова *friend* отражает такую реальность общества, как мобильность [Gladkova 2007: 147], когда люди часто меняют место жительства, отношения, в которые они вступают, не столь длительны. В России же люди менее мобильны, многие из них всю жизнь живут на одном месте, что приводит к длительным и прочным отношениям.

В современном употреблении в английской лингвокультуре, для которой характерно, используя вышеназванные термины, конкретное общение, охватывающее большое количество людей, слово *friend* употребляется по отношению не только к друзьям как хорошо известным, близким и надежным людям, но и к приятелям и даже просто знакомым. Ответ англичан на вопрос *Сколько у вас друзей?* озадачивает русских, так как это может быть 40, 50 и даже 100. Русские, как показывает опыт, обычно не могут быстро ответить на этот вопрос, тщательно обдумывая, кого они могут назвать другом, и, как правило, называют 3–4, но не более 10.

По мнению А. Вежбицкой, которая детально проанализировала модели «дружбы» в разных культурах, число «друзей» ('friends'), которые могут быть у человека, возросло с течением времени во всех основных англо-саксонских обществах, и даже лучшие друзья ('best friends') у человека могут быть весьма многочисленны, о чем свидетельствует и тот факт, что выражение *best friends*, по ее наблюдениям, часто используется в английском языке во множественном числе [Вежбицкая 1999: 312].

Исследовательница делает вывод о том, что в английском языке «значение слова *friend* изменилось в течение веков таким образом, что это выявляет глубинные изменения в отношениях между людьми. Эти изменения можно было бы грубо охарактеризовать разными способами как «девальвация», «расширение охвата», сдвиг от «вертикального» («в глубину») к «горизонтальному», от «эксклюзивного» к «инклюзивному» и т. д.» [Вежбицкая 1999: 311]. Она отмечает, что в целом значение слова *friend* стало более «слабым» и чтобы ему приобрести нечто вроде прежней «силы», теперь приходится использовать выражение *close friend*.

В русском языке слово *друг*, которое А. Вежбицкая называет одним из самых важных слов в русском лексиконе [Вежбицкая 1999: 345], имеет иное значение, что свидетельствует об ином типе межличностных отношений, о различиях в иерархии ценностей. В качестве иллюстрации она приводит отрывок из книги Хедрика Смита

*The Russians* [Smith 1976], часть которого позволим себе процитировать:

Их [русских] круг общения обычно более узок, нежели круг общения западных людей..., но отношения между русскими обычно более интенсивны, требуют большего, оказываются более длительными и часто больше дают людям...

Они вступают в дружеские отношения лишь с немногими, но этих немногих нежно любят. Западные люди находят насыщенность отношений, практикуемых русскими в своем доверительном кругу, и радующей, и утомительной. Когда русские до конца открывают душу, они ищут себе брата по духу, а не просто собеседника. Им нужен кто-то, кому они могли бы излить душу, с кем можно было бы разделить горе, кому можно было бы поведать о своих семейных трудностях или о неладах с любовником или любовницей, чтобы облегчить жизненное бремя и не отказывать себе в удовольствии вести бесконечную философскую борьбу с ветряными мельницами. Как журналист, я нахожу это несколько щекотливым, поскольку русские требуют от друга полной преданности [Smith 1976, цит по: Вежбицкая 1999: 341].

Следует, однако, отметить, что в последнее время в связи с социально-экономическими изменениями, происходящими в России, которые сказываются на образе жизни, на системе ценностей, на отношениях между людьми, значение слова *друг* в русском языке тоже в некоторой степени ослабло, и можно предположить, что количество друзей у русских также будет расти, в то время как связи между друзьями ослабевать.

Отмеченные различия отражают системность и триединство понятий *культура – язык – коммуникация*. Выделенные типы общения (конкретное и диффузное), свойственные разным лингвокультурам, предопределяются социальными отношениями, характерными для той или иной культуры, культурными и коммуникативными ценностями, они сказываются на лексической системе языков и национально-культурных особенностях коммуникативного поведения народа, формирующих в итоге национальный стиль коммуникации.

Приведем в качестве примера еще один отрывок из книги К. О. Касьяновой, в котором описывается поведение русских, тяготеющих к диффузному общению:

Мы плохо переносим отношения, в которых большое место занимает принцип конкретного общения, и напротив, хорошо чувствуем себя в такой группе, которая «лезет» в наши личные дела, копается в наших взглядах и мотивах, пытается формировать нашу личность. Мы

позволяем ей это, мы даем ей такое право. ... Толерантность указанной группы проявляется в том, что в ней человек может быть самим собой, таким, каков он есть: играть роль и показывать себя кем-то, заранее придуманным, здесь просто невозможно, а следовательно, остается один вариант — чтобы тебя приняли в том виде, в каком ты сложился на данный момент, — со всеми недостатками, огрехами, слабостями. И если уж примут, то все остальное определено. Можно вести себя естественно, говорить, что думаешь, совершать ошибки и исправляться по ходу, сердиться, поучать других и время от времени самому получать нагоняи [Касьянова 2003: 289].

Таким образом, близость отношений между людьми, характерная для русской, коллективистской, культуры, и соответствующий ей тип общения позволяют не задумываться о манерах, вести себя естественно, говорить прямо и обо всем, свободно проявлять эмоции, вмешиваться в жизнь других и находить при этом у них полное понимание. Подобное поведение, в основе которого лежат глубокие социокультурные причины, и формирует русский стиль коммуникации, среди основных черт которого мы выделяем коммуникативную естественность, ориентированность на содержание, импозитивность, прямолинейность, эмоциональность и другие, которые будут подробно рассмотрены в этой книге.

Таким образом, в межкультурной коммуникации необходимо исходить из того, что культура — это система. В ней нет ничего случайного, напротив, в ней всему имеется свое объяснение. Проблема в том, что мы не всегда можем проследить эту причинно-следственную цепочку. Но что мы можем сделать — так это научиться смотреть на другую культуру с позиций культурного релятивизма, преодолевая свойственный человеку этноцентризм, избегать оценок, воспитывать в себе толерантность и этнографическую любознательность, способность к межкультурной рефлексии. Чужая культура не может оцениваться по шкале *правильно – неправильно, хорошо – плохо (лучше – хуже)*, она может быть далекой и чуждой, или, наоборот, близкой и похожей, но всегда другой. И на то есть свои причины. Важнейшая из них состоит в том, что культура формируется в процессе адаптации к окружающей среде, которая у всех народов различна.



## 1.3. Культура и культурные ценности

### 1.3.1. Типы ценностей

Среди ценностей, формирующих культуру, выделяются две основные группы — материальные и духовные. Первую составляет совокупность выдающихся произведений интеллектуального, художественного, религиозного творчества: произведения живописи, литературы, памятники архитектуры, ремесленные изделия и т. д. Вторая включает социальный опыт общества, «наиболее оправдавшие себя и показавшие наибольшую социальную эффективность *принципы* осуществления жизнедеятельности: нравы, обычаи, стереотипы поведения и сознания, образцы, оценки, образы, мнения, интерпретации и т. п., то есть *принципиальные нормы поведения и суждения, которые ведут к повышению социальной интеграции сообщества*, к росту взаимопонимания между людьми...» [Флиер 2000: 252]. Другими словами, это социальный опыт общества, приобретенный в результате адаптации к социальной среде, система представлений о том, как должны строиться взаимоотношения между людьми и каким должен быть человек.

Многие ценности, накопленные человечеством на протяжении истории, являются универсальными. Однако значимость тех или иных ценностей, их иерархия на ценностной шкале в разных культурах различна. Именно это и определяет оригинальность каждой из культур, ее своеобразие и уникальность. Общность культурных ценностей и традиций наряду с языком является одним из важнейших признаков этноса [Караулов 2002: 47]. В основе любой культуры лежит свойственная ей система ценностей, которые выступают как основные жизненные ориентиры и, в конечном счете, определяют культуру данного общества. Для восточной традиции, например, характерны такие ценности, как единство общества и человека, семья, уважение к родителям и старшим, самосовершенствование личности, взаимозависимость, гармония в межличностных отношениях, скромность. Для западной традиции — противопоставление личности и общества, приоритет индивидуальных ценностей над общественными, независимость, свобода личности, равенство и др.

Познавая другую культуру, люди, как правило, болезненно реагируют на различия в ценностной системе, исходят из своих представлений о значимости тех или иных ценностей, что порой приво-

дит к достаточно резким суждениям и оценкам. В качестве иллюстрации приведем пример того, что пишут об англичанах русские парни, прожившие несколько месяцев в Лондоне:

Пресловутый британский традиционализм, на самом деле, есть некое подобие компьютерной программы, от которой британец не отступит ни на йоту в течение всей своей жизни. Правил-традиций очень много, и менталитет британца целиком состоит из них. ... британцы это не люди, а какие-то киборги. [Сакин, Спайкер 2002: 178].

Их негативное впечатление об англичанах усиливается после знакомства с результатами опроса, проведенного в английских университетах, где информантов спрашивали, что для них является главным в жизни и ради чего они живут:

Результаты были ошеломляющие. Впереди с гигантским отрывом от всех остальных пунктов шло money-making (59 % опрошенных), на втором месте — карьера (около 40 %) ... Традиционные и естественные, как показалось бы русскому человеку, ценности — семья, дружба, любовь, дети — либо занимали последнее место этого «хит-парада», либо вообще отсутствовали [Сакин, Спайкер 2002: 181].

Для преодоления этноцентризма в восприятии представителей иной культуры и лучшего понимания важно знать особенности их ценностной системы. Американские антропологи Ф. Клакхон и Ф. Стродтбек выделили пять основных параметров, по которым взгляды представителей разных культур на окружающий мир различаются и которые определяют их ценностную ориентацию. По их мнению, это: а) отношение человека к природе (man-nature orientation); б) его отношение к деятельности (activity orientation); в) отношение ко времени (temporal orientation); г) характер взаимоотношений между людьми (relational orientation); д) природа человека (human-nature orientation) [Kluckhohn, Strodtbeck 1961]. На основе этих отношений и складывается система ценностей народа, формируются его взгляды, концепции, культура. Кратко остановимся на некоторых из этих отношений в рассматриваемых нами культурах и попытаемся найти свидетельства их проявления в коммуникации.

**Человек и деятельность.** По отношению к деятельности выделяются три типа культур: *being cultures* — *being-in-becoming cultures* — *doing cultures*, которые можно определить как *статичные* — *статично-деятельностные (трансформационные)* — *деятельностные*. Они различаются тем, как люди организуют свою деятельность:

пассивно воспринимают происходящие события (*being cultures*), пытаются воздействовать на эти события (*being-in-becoming*) или сами их иницируют (*doing cultures*).

Яркий пример деятельностной культуры — США. Идеология американцев сводится к следующему: жизнь человека находится в его руках, она не зависит от судьбы или случайностей, если хочешь чего-то добиться — добивайся.

Вряд ли то же можно сказать о русских, настроение которых отражают такие высказывания, как *Чему быть — того не миновать / От судьбы не уйдешь / На роду написано* и т. д. А. Вежицкая называет судьбу среди трех ключевых понятий, определяющих русскую культуру наряду с *душой* и *тоской*. Одна из ее работ так и называется *Dusha (soul), toska (yearning) and sud'ba (fate): Three key concepts in Russian language and Russian culture* [Wierzbicka 1990]. В русском сознании судьба всегда *неминуема / неотвратима / неизбежна*. Как отмечает А. Д. Шмелев, слово *судьба* соединяет в себе две ключевые идеи русской языковой картины мира: идею непредсказуемости будущего и идею, в соответствии с которой человек не контролирует происходящие с ним события [Шмелев 2002: 210–211]. В русской речи данное слово является высокочастотным. Мы часто используем такие выражения, как: *жаловаться на судьбу / быть обиженным судьбою / в руках судьбы / волею судеб / от судьбы не уйдешь / судьбы не миновать / какими судьбами / судьба ко мне немилостива / судьба сыграла со мной злую шутку* и др.

На эту особенность русского языка и мировоззрения русских обращает внимание и Л. Виссон, противопоставляя нам американцев, которые «свято верят, что нести сознательную ответственность за свои действия и, более того, за их последствия может только сам человек» [Виссон 2003: 72–73]. Русские фразы типа *Верить в удачу / Повезло / Везет / Не повезло*, в которых также отражается более пассивное отношение к жизни, чужды психологии американцев, девиз которых — *Go get it! Go to it! (Давай, вперед!), Do it yourself (Сделай сам!)* [там же: 78].

Язык дает и другие свидетельства более пассивного отношения русских к деятельности, к труду. Любопытны в этом отношении поговорки *Работа не волк — в лес не убежит / Дурака работа любит*<sup>2</sup>. Русское слово *авось* — одно из наиболее загадочных слов для анг-

<sup>2</sup> Хотя имеются и прямо противоположные — *Терпенье и труд все перетрут / Под лежащий камень вода не течет* и др.

лийских переводчиков (*Авось повезет*). Данная мировоззренческая установка находит отражение в фольклоре, в частности, в русских народных сказках, где будущее героя зависит не от его активности, а от чуда, где, в конце концов, все как-то само собой утрясается, появляется скатерть-самобранка, ковер-самолет или самый ленивый из сыновей женится на царской дочке.

Данное различие в мировоззрении находит отражение в языке и коммуникации, в частности, в особенностях речевого акта *Поздравление* и в употреблении глаголов *congratulate* и *поздравлять*. Так, если русские поздравляют друг друга по самому разному поводу (с днем рождения, с Новым годом, с 8 марта, с днем учителя, с началом весны, с началом отпуска, с окончанием учебного года и т. д.), англичане — только в случае личных достижений, с тем, что зависело от самого человека, его усилий, воли, трудолюбия, настойчивости и т. д.: *I congratulate you on...*, чаще — *Congratulations on... (winning the competition, publishing the book, passing the exam...)/ Congratulation on your promotion*. Глагол *congratulate* (*поздравляю*), как и *congratulation*, можно употребить, поздравляя с рождением ребенка (*Congratulation on having a baby*), но не с днем рождения собеседника, которое случается регулярно, каждый год и без каких бы то ни было усилий с его стороны (ср. русское *Поздравляю с днем рождения*).

Традиционные поздравления по случаю дня рождения или Рождества — *Happy birthday/Merry Christmas and Happy New Year* — это не поздравления в нашем понимании этого акта, а пожелания. Любопытно, что в поздравительных открытках с днем рождения или с Рождеством, как и в устном поздравлении, практически отсутствуют пожелания, являющиеся обязательными в русских поздравлениях (пожелать здоровья можно только больному человеку). Причина та же: глупо чего-то желать человеку; если ему что-то надо, он сам этого добьется. То есть, как мы уже говорили, хочешь — бери, добивайся, действуй! В русских пожеланиях, которые вызывают нескрываемое удивление американцев и англичан (*желаю успехов в работе (учебе), счастья в личной жизни, большой и настоящей любви или даже желаю найти достойного спутника жизни, желаю встретить свою любовь* и т. д.), все же присутствует вера в то, что все это может как-то само по себе случиться и наши пожелания помогут этому.

Подобные ментальные установки находят отражение в лексике и грамматике. Исследователи выделяют целые группы глаголов, значение которых сводится к идее о том, что событие, которое произо-

шло с человеком, произошло как бы само собой, а не потому, что он этого хотел: (мне) удалось, привелось, случилось, посчастливилось, повезло; (у меня) получилось, вышло, сложилось; (меня) угораздило и др. [Анна Зализняк, Левонтина 2005].

Давно замечено, что в русском языке много безличных, неопределенно-личных предложений: *Хочется пить / Мне не спится / Завтра рано вставать / Обидно*. А. Вежбицкая называет неагентивность одной из основных особенностей русского языка [Wierzbicka 1992: 395]. В английском языке преобладают конструкции с активным, деятельным субъектом. Ср.: *I'd like to have a drink / I am thirsty / I have got to get up early tomorrow / I feel hurt / I feel offended*. Даже такая, казалось бы, действительно не зависящая от человека ситуация, как *Меня тошнит*, передается в английском языке конструкцией с активным субъектом: *I've been throwing up*. С субъекта начинаются в английском языке предложения типа *Мне 20 лет / У меня есть друг (I'm 20 / I've got a friend)* и т. п., что, очевидно, является также отражением эгоцентризма. В центре — Я с большой буквы, и этот «я» занимает активную позицию в жизни.

К какому из названных типов культур можно отнести Россию? Возможно, к трансформационному (*being-in-becoming*). Нельзя сказать, что русским свойственно абсолютно пассивное, созерцательное отношение к жизни, однако, судя по приведенным примерам, оно менее активное, чем у представителей американской и английской культур.

**Человек и время.** Культуры различаются тем, как в них воспринимается и исчисляется время. Западным культурам свойственно линейное восприятие времени, оно представляется в виде линии — от прошлого — к настоящему и будущему — и рассматривается в виде поддающихся счету отрезков. Североамериканские индейцы воспринимают время как циклический процесс, в их языках отсутствуют слова для обозначения секунд, минут и часов [Jandt 2004: 133]. В китайской модели времени линейное историческое время отсчитывается говорящим как бы в обратном порядке, «задом наперед»; те, кто родился раньше говорящего, это «впереди идущие»; человек мыслится как активное начало,двигающееся навстречу истории, «время ассоциируется с тропинкой в прошлое, протоптанной представителями человеческого рода» [Тань Аошуан 2004: 38].

Отношение ко времени также является культурным параметром, играющим важную роль в коммуникации. Культуры различаются тем,

как люди относятся ко времени, насколько они его ценят и как используют. В одних культурах время является важной ценностью, там высоко ценится пунктуальность; в других более важны человеческие отношения, лучше опоздать, чем не успеть поговорить с другом, которого встретил по пути на работу.

Э. Холл предложил делить культуры на *монокронные и полихронные* [Hall, Hall 1990]. В *монокронных* культурах (США, Англия, Германия, Скандинавские страны) время строго регламентировано, деятельность человека расписана по четкому графику. В каждый период времени он делает какое-то одно дело, завершив его, переходит к следующему. Выполнение задачи более важно, чем отношения с людьми, которые ему помогают, они часто приносятся в жертву эффективности. В *полихронных* культурах (латиноамериканские страны, арабские, многие средиземноморские) человек может одновременно делать сразу несколько дел. Дружеские отношения бывают важнее, чем намеченные сроки, личные отношения могут ставиться выше интересов дела.

Как и во всех предыдущих классификациях культур, о которых мы говорили, важно иметь в виду, что в разных культурах могут присутствовать элементы как одной культуры, так и другой, при этом тот или иной тип является доминирующим. Русскую культуру исследователи характеризуют как преимущественно монокронную с элементами полихронного поведения [Леонтович 2003: 142]. Думаю, следует добавить, с *ярко выраженными* элементами полихронного поведения. Всем нам хорошо знакома сцена, когда руководящий работник, разговаривая по телефону, подписывает подаваемые ему документы и одновременно указывает на стул вошедшему посетителю, знаками прося его подождать, при этом за дверью кабинета ждет своей очереди еще несколько человек. Англичанин, оказавшийся в роли посетителя в подобной ситуации, будет чувствовать себя крайне неудобно, так как привык к более четкому планированию и более четкой организации деятельности. Если в Англии вам назначена встреча на три часа, то можете быть уверены, что именно в три она и состоится и это время будет отведено только вам, параллельное решение других вопросов исключено. Если вдруг человек, к которому вы пришли, занят (говорит по телефону), то традиционное извинение (*Sorry*) может сопровождаться фразой *Could you give me a few minutes, please? Just to finish it* (Не могли бы вы дать мне несколько минут, чтобы закончить это). Для русской культуры, особенно при

ассиметричных отношениях «сверху — вниз», такое поведение не совсем типично. В подобной ситуации мы скорее всего услышим императивное *Подождите, пожалуйста*.

Для данных типов культур характерно и разное отношение к пунктуальности. Так, если в латиноамериканских странах, относящихся к полихронному типу, опоздание на 45 минут считается нормальным, то в США, Англии, Германии оно может быть расценено как отсутствие заинтересованности и стать причиной конфликта.

Интересно, что разное отношение к пунктуальности существует и в близких культурах. Так, ирландцы, несмотря на соседство с Англией и теперь уже один язык, менее пунктуальны, чем англичане. В Ирландии существует так называемое *Irish time* (ирландское время), которое означает приблизительность, допустимость опоздания, оно и называется по-другому — с добавлением суффикса *-ish*: вместо *at eight* — *at eight-ish*, *at nine* — *at nine-ish*, *at ten* — *at ten-ish*. Договариваясь о встрече, ирландцы, которые сами признают тот факт, что они часто бывают непунктуальны, уточняют, какое время имеется в виду — *English* или *Irish*. Какая при этом допустима вариативность, мой ирландский собеседник Брайон Бакли прокомментировал следующим образом:

'Similarly there are no real rules as to what time period properly falls within the "ish" period. It will vary very much from person to person. To one person the acceptable period might be ten minutes either side of the stated time whereas to another it could mean anything up to an hour. It often depends on whether you're the one who's waiting or the one who's causing people to wait as to what you consider to be acceptable. Personally I would normally consider "ten-ish" to mean sometime between 9.30 and 10.30 (more often after ten). It's not unheard of for it to be extended to the full hour although I would begin to get annoyed as it approached 11 and certainly after that would be unacceptable.'

Точность и пунктуальность, характерная для монокронных культур, распространяется как на деловые, так и межличностные отношения. Личные встречи планируются задолго вперед. В этом также проявляется своего рода соблюдение дистанции (Я не могу неожиданно вторгнуться в твою жизнь, в твои планы). В Англии, например, по правилам этикета приглашать на ужин принято за 10 дней, если оно делается по телефону, и за 3 недели, если это письменное приглашение (см. [Hunter 1994: 55; Gilgallon, Seddon 1988: 7]), на более официальные мероприятия, например, на свадьбу, приглашают за 6 недель.

В английском языке нет полного эквивалента русскому *созвонимся*, который озадачивает иностранцев, не понимающих, кто кому должен звонить и зачем, если они уже договорились встретиться. Тонко и с юмором пишет о восприятии этого слова американцами Линн Виссон:

Американцу не ясно, для чего его русский собеседник предлагает «созвониться» — то ли он еще не знает, когда можно назначить встречу, то ли уливается от точного ответа, оставляя за собой возможность маневра. По-английски дословно это *we'll call each other* или, что более разговорно, *we'll be in touch*. Но если вы предлагаете американцу созвониться, то он, естественно, подумает, что у вас серьезные сомнения, удастся ли вам прийти на ланч, или вы вообще не уверены, что хотите прийти [Виссон 2003: 121].

Причина такого непонимания кроется в разном восприятии времени и личного влияния на ход событий. Автор объясняет различия в ментальности представителей двух культур следующим образом:

Обычно русские рассуждают так: «Ну, как я могу договориться о встрече за неделю или месяц! Кто знает, что может случиться за это время. Чего только в жизни не бывает». За всеми этими недоумениями и сомнениями стоит, вероятнее всего, фаталистическая боязнь планировать будущее и неуверенность в завтрашнем дне... У человека, воспитанного в США, другой склад мышления: он верит (или предпочитает верить), что управляет событиями, а не они им, что будущее можно предвидеть и расписать. Так как все его внимание сосредоточено на настоящем моменте и тщательно рассчитанном будущем, то долгосрочное планирование для него очень важно [там же].

Отношение ко времени определяет и темп жизни людей. По наблюдениям О. А. Леонтович, быстрый темп американской жизни отражается в таких реалиях, как *fast food, rush hour, expressway*. В качестве примера она приводит интересное замечание американского журналиста, свидетельствующее о более быстром темпе жизни в США по сравнению с Великобританией: *Perhaps it's because of the fast-moving American life-style and the slower English way of life that a candidate in Britain 'stands' for office, and in the USA he 'runs'* [Леонтович 2003: 147].

Что касается России, то вряд ли можно говорить, что время является в нашей культуре большой ценностью. Как отмечает В. В. Кочетков, временем дорожат в России весьма мало, потерю его не ставят ни во что, быстрота действий не одобряется, приравнивается к сует-



ливости, о чем свидетельствуют такие пословицы, как *Тише едешь — дальше будешь / Поспешишь — людей насмешишь* [Кочетков 202: 355]. Во всяком случае, традиционно действительно в России всегда больше ценились обстоятельность, обдуманность поступков, а не топорливость и поспешность в действиях и в принятии решений (*Семь раз отмерь — один раз отрежь*), хотя в последнее время ситуация меняется.

Разное отношение ко времени проявляется также в том, на что делается акцент в культуре — на *прошлое, настоящее* или *будущее*. В культурах, ориентированных на прошлое, ценятся традиции, которые бережно передаются из поколения в поколение, прошлый опыт. В культурах, ориентированных на настоящее, предпочтение отдается радостям сегодняшнего дня, будущее тревожит мало. Для культур, ориентированных на будущее, характерно планирование жизни, стремление к прогрессу, ко всему новому.

Это деление опять-таки условно, оно отражает лишь некоторые тенденции. Англичане больше ориентированы на прошлое, русские скорее на будущее. Огромное количество памятников в Лондоне свидетельствует о том, что там помнят своих героев. При этом удивляет бережное и толерантное отношение к ним: Оливер Кромвель на коне стоит перед зданием парламента, а напротив, на ограде Вестминстерского аббатства — голова Карла I. Англичане, являющиеся поклонниками монархии, установили памятник человеку, убившему короля и на несколько лет лишившему их монархии, которую они до сих пор так трепетно любят! После восстановления монархии они надругались над его трупом, но памятник поставили, и противники как бы смотрят друг на друга. Пока еще трудно представить себе, чтобы где-то на центральной площади в Москве стояли напротив друг друга памятники Ленину и Николаю II. В России мы наблюдаем другое: новая власть — новые памятники, старые разрушают, как будто для того, чтобы забыть прошлое. Сначала рушат памятники царям, потом вождям революции, на Кутузовском проспекте сняли даже мемориальную доску с дома, где жил Л. И. Брежнев.

Существует много примеров того, как англичане любят и чтут традиции: отказ перейти на европейскую валюту, на метрическую систему измерения, сохранение левостороннего движения и пр. Как пишет Дж. О'Дрисколл, автор книги о Великобритании, если вы скажете англичанину, что ваш рост 167, а вес 67 кг, он не сможет представить себе, как вы выглядите, вместо этого вам следует сказать,

что ваш рост 5 футов и 4 дюйма, а вес 17 стоунов и 7 фунтов; покупая сыр, англичане до сих пор думают в фунтах и унциях, покупая молоко — в пинтах, покупая бензин — в галлонах [O'Driscoll 1995: 60]<sup>3</sup>.

Возможно, именно ориентированность на прошлое является причиной того, что англичане мало употребляют будущее время. Для обозначения будущих действий предпочтение отдается формам настоящего длительного (*Present Continuous*). По мнению англичан, говорящих по-русски, русские, напротив, очень любят будущее время и употребляют его слишком часто. Так, их удивляет, когда русские, объясняя как, например, пройти к банку, говорят: *«Пройдете прямо, потом повернете направо, увидите церковь, напротив нее и будет банк»* и т. п., употребляя глаголы в будущем времени. В английском языке в подобном объяснении будущее время отсутствует (*“Go straight, turn left, there you see the church, the bank is opposite it”*). Примером разной ориентированности является также обозначение времени. Ср.: для англичан 10.20 — это еще двадцать минут после десяти (*twenty past ten*), для русских это уже двадцать минут одиннадцатого. Говоря о возрасте, русский скажет: *«Ей под пятьдесят»* или *«Ей пошел шестой десяток»*. Англичанин и здесь опережать время не станет. Ср.: *“She’s in her late forties”*, *“She’s in her early fifties”*.

Ориентированность русских на будущее прослеживается также в пословицах, поговорках, крылатых выражениях: *Утро вечера мудренее / Даст Бог день, даст Бог пищу / Поживем — увидим / Что день грядущий нам готовит* и др.

Американцы, хотя говорят по-английски, также больше ориентированы на будущее. Возможно, в какой-то степени это связано с тем, что в отличие от англичан они имеют более короткую историю. Однако если русские часто смотрят на будущее с недоверием и для них, как отмечает О. А. Леонтович, характерно скептическое и даже суеверное отношение к нему, американцы верят в то, что будущее непременно означает прогресс, у них отсутствуют сомнения в том, что все запланированное осуществится, что проявляется и в коммуникативном поведении (например, они рано объявляют о помолвке, о беременности, демонстрируют оптимизм и уверенность в завтрашнем дне [Леонтович 2003: 145]). Для русских характерно суевер-

<sup>3</sup> Напомним: 1 фут — 30,48 см, 1 дюйм — 2,54 см, 1 унция — 28,35 граммов, 1 фунт — 16 унций или 0,456 кг, 1 стоун — 14 фунтов или 6,38 кг, 1 пинта — 0,58 литра, 1 галлон — 8 пинт или 4,64 литра. — (Habent sua fata libelli).

ное отношение к будущему, они боятся взглянуть запланированное (*Хочешь рассмешить Бога — расскажи о своих планах*). Один мой русский собеседник прокомментировал эту неоднозначную ситуацию следующим образом: «Русские не ценят своего прошлого, не умеют жить в настоящем и боятся будущего». Есть над чем задуматься.

Разное восприятие времени проявляется в том, как и на какие отрезки оно членится, что находит отражение в языке. Так, в английском языке нет слова *сутки*, данная единица измерения передается словосочетаниями *twenty four hours* или *day and night*, *полтора часа* передается по-английски словосочетанием *an hour and a half* или *90 minutes*, *полтора года — 18 months*. В русском языке отсутствуют эквиваленты английских слов *tonight* (сегодня вечером), *fortnight* (две недели). По-разному воспринимаются в двух языках части суток. У англичан *morning* (утро) — это период времени от полуночи до полудня, *три часа ночи* и даже *час ночи* переводятся соответственно как *three o'clock in the morning* и *one o'clock in the morning*. Английское слово *night* называет период, который в русском языке соответствует второй половине вечера (примерно 9–12 часов).

Знание отмеченных различий, как и знание всей ценностной системы представителей изучаемой лингвокультуры, играет важную роль в процессе коммуникации и заслуживает серьезного внимания в межкультурном общении. При этом ценности, имеющие отношение к коммуникативному сознанию, которое, как уже отмечалось, обеспечивает коммуникативную деятельность человека, представляют особое значение. Такие ценности можно назвать *коммуникативными*. Они в наибольшей степени влияют на поведение народа, на формирование национального стиля коммуникации. Знание их во многом помогает понять и прогнозировать поведение собеседника, давать ему верную интерпретацию. Остановимся на некоторых из них.

### 1.3.2. Коммуникативные ценности английской культуры

Среди основных ценностей английской культуры исследователи чаще всего выделяют индивидуализм, рационализм, независимость, прагматизм, соревновательность, равенство, традиционализм, толерантность [Рахман 1999; Jandt 2004; Wierzbicka 2006; Крысько 2002; Ощепкова 2006; Павловская 2004; Тер-Минасова 2000 и др]. Все они сказываются на образе жизни, межличностных отношениях и поведении.

К коммуникативным ценностям, оказывающим наибольшее влияние на особенности поведения, на английский стиль коммуникации, в первую очередь, на наш взгляд, следует отнести ценности, обусловленные социально-культурным типом отношений, это — дистантность, или автономия личности, и равенство.

Личное пространство человека, его право на независимость, его автономная территория является в английской культуре той важнейшей ценностью, которая находит отражение в материальной культуре, в сознании, в характере, а также в языке и в коммуникации. Для ее обозначения в английском языке имеется специальное слово — *privacy*, точный эквивалент которого отсутствует не только в русском, но и в других европейских языках, на что указывает, в частности, современный английский писатель-журналист Джереми Паксман [Paxman 1999]. По его мнению, значимость *privacy* столь велика, что на первый взгляд кажется парадоксальным, что в стране не существует закона, четко регламентирующего понятие '*privacy*', но, с другой стороны, поясняет он, законодательное утверждение какого-либо понятия необходимо только в обществе, в котором предполагается, что личность является второстепенной по отношению к государству. При этом понятие '*privacy*' распространяется на всю структуру государства, начиная от основ законодательства и заканчивая домами, в которых живут англичане. Приведем его любопытное высказывание в оригинале:

A truly comparable word for 'privacy' simply does not exist in French or Italian, yet in England it is one of the country's informing principles. At first glance it seems curious that the country has no law that enshrines the principle of a right to privacy. But constitutional protection is only necessary in a society in which it is presumed that the individual is subsidiary to the state. The importance of privacy informs the entire organization of the country, from the assumptions on which laws are based, to the buildings in which the English live [Paxman 1999: 118].

Как известно, иметь свой дом с садиком — заветная мечта каждого англичанина. В то время как в других странах Европы все больше людей переселяются в многоквартирные дома, англичане остаются верны своей приверженности жить отдельно от других. Дж. Паксман приводит следующие данные: во Франции, Германии и Италии больше половины домов, построенных в 90-е годы, — это многоквартирные дома; в Англии этот показатель едва составляет 15 % [там же]. Отдельный дом — некое материальное воплощение присущей анг-

личанам идеи независимости, автономии, изолированности. При этом, как отмечает Дж. О'Дрисколл, у них нет особой привязанности к своему дому как к зданию, так же как и к земле, на которой он стоит, в случае необходимости они его легко продадут и переедут в другой, здесь важна сама абстрактная идея, которая состоит в том, что собственный дом помогает четко определить, что есть частное, а что общественное [O'Driscoll 1995: 177]. Маленький садик при этом выполняет роль буферной зоны между теми, кто живет в доме, и внешним миром. Окружающий его низкий забор, часто представляющий собой живую изгородь, выполняет не столько защитную функцию, сколько психологическую: он четко демонстрирует, где начинается частная собственность.

Культурная ценность, называемая словом *privacy*, проявляется в психологии англичан, у которых очень хорошо развито чувство личной свободы и независимости. Для их характеристики удачной представляется метафора авторов книги «Эти странные англичане», которые пишут:

Кто бы ни был тот человек, который назвал англичан «островной расой», он все равно оказался прав лишь наполовину. Каждый житель Англии — сам по себе свой собственный остров [Майол, Милстед 2001: 16].

На индивидуализм англичан, их нелюбовь к общению, умение уходить в свой внутренний мир, даже находясь среди людей, указывают многие авторы. В. Г. Крысько пишет по этому поводу:

Жители Великобритании — наименее общественные люди не только по сравнению с крайне общительными французами, но и стандартными американцами, расчетливыми немцами и даже сдержанными японцами. Никто лучше англичанина не умеет уединиться среди многочисленных друзей. Не нарушая приличия, он способен отлично быть самим собой среди огромной толпы, предаваться размышлениям, делать все, что ему угодно, никогда не стесняя ни себя, ни других [Крысько 2002: 281].

И далее, цитируя Э. Бутми, который почти век назад, размышляя о психологии английского народа в XIX веке, писал о нелюбви англичан к иностранцам и к общению следующее:

Каким образом англичанине стали бы любить иностранцев? Они и друг друга-то не любят. Как бы они стали угощать нас обедом? Они друг друга-то не угощают.

Кровельщик-англичанин заставит приносить себе газету на крышу, чтобы читать ее там. Кровельщик-француз спустился бы оттуда, чтобы побеседовать о политике со своими товарищами [Бутми 1914, цит. по: Крысько 2002: 282].

Много интересных примеров, свидетельствующих о том, что англичане не проявляют большого желания к общению и ценят свой покой и независимость больше всего на свете, находим в уже цитированной книге Джереми Паксмана, основанной на большом количестве исторического, социологического, публицистического материала. Некоторые из них перетекают из книги в книгу и могут быть названы хрестоматийными. В частности, описанная Александром Кинглейком история о двух английских путешественниках, встретившихся в пустыне, которые так бы и не смогли остановиться и заговорить друг с другом, если бы не верблюды, на которых они ехали: те оказались более общительными и, поравнявшись друг с другом, отказались продолжить путь (см. [Рахман 1999: 115–116]).

Привлек внимание в этой книге еще один интересный пример, где автор рассказывает о Марте Геллхорн — известной американской журналистке и писательнице, прожившей непростую, но яркую жизнь: гражданская война в Испании, брак с Хемингуэем, концлагерь в Дахау, репортажи с войны во Вьетнаме, затем жизнь в Париже, Мексике, Африке и, наконец, переезд в Лондон. На вопрос, почему она, в конце концов, решила поселиться в Англии, она ответила, что любит Англию за ее безразличие, и пояснила: прожив полгода где-нибудь в джунглях и встретившись с друзьями в Лондоне, можно быть спокойной, что никто не станет задавать никаких вопросов о том, где была все это время и что делала. Они просто скажут: «Рады тебя видеть. Выпьешь?»:

'I can go away, spend six months in the jungle, come back and walk into a room, and people won't ask a single question about where I've been or what I've been doing. They'll just say, "Lovely to see you. Have a drink".'

Она назвала это '*the privacy of indifference*' [Рахман 1999: 129].

Что же означает это слово — *privacy* — и как его можно перевести на русский язык? Английские словари определяют его как '*being alone and undisturbed: the right to this freedom from intrusion or public attention*' [OPED], '*the state of being able to be alone and not seen or heard by other people: the state of being free from public attention* [LDCE];

'the (desirable) state of being away from other people, so that they cannot see or hear what one is doing, interest themselves in one's affairs etc.: *There's not much privacy in these flats because of the large windows and thin walls* [LDELC].

Предлагаемый русский перевод — «*уединение*», «*уединенность*» [НБАРС] — не покрывает всей семантики данного слова. Понять глубину значения слова '*privacy*' помогает рассмотрение однокоренных слов — '*private*', '*privately*' — и их русских семантических эквивалентов. Прилагательные «*частный*», «*личный*», с которыми у русских обычно ассоциируется слово '*private*', не являются полными эквивалентами данного прилагательного, сочетаемость которого гораздо шире. Помимо *private property* (частная собственность), *private life* (личная жизнь), встречаем *private conversation* (конфиденциальный разговор, частная беседа), *private information* (секретная информация), *private meeting* (закрытое заседание), *private talks* (неофициальные переговоры); *private concert* (домашний концерт, или концерт для узкого круга приглашенных), *private ceremony*, *private party* (частная церемония, вечеринка, куда вход только по приглашениям), *private thoughts* (тайные, сокровенные мысли) и др.: *It was inappropriate, at the beginning of the meal, for Marshall to turn away from his hostess and begin a private conversation* (I. McEwan); *What I can see is an uninvited guest creating a disturbance at a private party* (R. Goddard); *A private ceremony. No society journalists. Briony was not meant to be there* (I. McEwan); *She used every excuse to try to be alone with her private thoughts* (J. Asher).

В ряде случаев значение *private* нельзя передать одним словом: *private person* — *one who likes being alone, and does not talk much about his thoughts or feelings, although he spends a lot of time in the public eye* [LDCE], приблизительно это человек, ценящий свою независимость, не любящий говорить о себе<sup>4</sup>: *She had not expected him to shout their news to the world in this way. Philip was such a private man when it came to his personal life* (B. Bradford); *Well, I get the feeling that Marilyn's so private. I felt she wouldn't want me to go round asking questions, that she'd tell me what she wanted me to know, and it's not very much* (M. Binchy) (из разговора двух подруг);

<sup>4</sup> Интересно, что русские прилагательные *скрытый*, *необщительный*, *нелюдимый*, *замкнутый*, кажущиеся на первый взгляд эквивалентами, таковыми не являются, так как в русском языке они имеют ярко выраженную негативную коннотацию, отсутствующую в слове *private*.

*private joke* — a joke made between friends, family members etc. that the other people do not understand (шутка между близкими людьми, которая понятна только им), также *private laugh* (смех, причина которого понятна только близким людям);

*private tears* — слезы, которых никто не видел, «выплаканные наедине»: *Who knows what private tears the major may have wept later* (J. Paxman);

*private kiss* — возможно, нежный, чувственный поцелуй: *He put his arms around her, lowered his head and kissed her, a deep, sustained and private kiss* (I. McEwan).

Таким образом, *private* — это личный, частный, домашний, индивидуального пользования или владения, уединённый, тайный, секретный, негласный, конфиденциальный, неофициальный, закрытый, невидимый, сокровенный, предназначенный для узкого круга, понятный узкому кругу, не любящий говорить о себе, ценящий независимость и т. д.

Выражения *to be private, in private* можно перевести только в контексте:

*to be private: we are quite private here* (мы здесь одни, нам никто не помешает) [НБАРС]: *Can't you find a way to meet me one afternoon at that flat? Or at my office? We can be just as private there* (B. Bradford);

*in private* может означать «наедине, с глазу на глаз», «в одиночестве», «в одиночку», «в домашней обстановке», «в частной жизни», «втихомолку», «конфиденциально», «в узком кругу», «секретно», «без посторонних» и др.: *I think we ought to have a word in private* (R. Goddard); *Like an animal in pain he wants to lick his wounds in private* (B. Bradford); *He wanted to examine himself in private, but that was hardly possible here* (I. McEwan).

*Privately* имеет несколько значений. Одно из них — «наедине» — *'with no one else present'* [LDCE]: *Your cousin wishes to speak with you privately. We will withdraw, leave you alone together* (B. Bradford). Другое значение объясняется следующим образом: *'if you think or feel something privately, you do not tell anyone about it'* [LDCE]. Думается, на русский язык данное значение может быть переведено как «в глубине души», *to think something privately* — думать о чем-то сокровенном: *Privately, Prue felt that the whole exercise was a waste of time* [LDCE]; *Privately, he believed she may well be taking on too much responsibility, but he never interfered in her business, remained neutral*



*and uninvolved* (В. Bradford) (интересно отметить, что в последнем примере речь идет об отношениях мужа к жене). Любопытно, что в данном случае происходит наложение двух совершенно разных «ключевых слов» сопоставляемых лингвокультур, которыми являются «душа» и «privacy».

Как было показано на примерах, в зависимости от контекста слово ‘privacy’ и его производные переводятся на русский язык самыми разнообразными способами. Семантическое ядро данного концепта ярко раскрывается в надписи “PRIVATE”, которую можно увидеть на дверях, и в ее русском эквиваленте «ПОСТОРОННИМ ВХОД ВОСПРЕЩЕН» [НБАРС]. Соответственно *privacy* — это *зона личной автономии, в которую посторонним вход воспрещен*. Это касается всего — личной территории человека, жилья, окружающего его пространства, его собственности, личной жизни, планов, интересов, чувств, желаний и т. д.

Таким образом, ‘*to respect somebody’s privacy*’ — гораздо шире словарного перевода («не нарушать чьего-либо покоя»), это значит не только не приходить в гости без приглашения и не звонить в неудобное время, но и не приближаться слишком близко, не проявлять интереса к частной жизни, не касаться личных тем, не оказывать давления, не давать непрошенных советов, не делать замечаний, избегать критики, не перебивать, сдерживать свои эмоции и т. д., и т. п. Другими словами, вести себя так, чтобы НЕ ЗАДЕТЬ другого человека ни в буквальном смысле, ни словом, ни чувством.

Англичанами, как законопослушными людьми, это предписание строго исполняется. Существует даже такое понятие, как ‘*sense of privacy*’ (чувство «привеси», или, как говорят американцы, «прайвеси»), и это чувство является врожденным и свято оберегаемым: *He was conscious of her in every respect, yet she was not an intrusion on him or his inbred sense of privacy, and there was no awkwardness between them* (В. Bradford). (Как и в предыдущем примере, речь здесь идет об отношениях мужа и жены.) Русским, у которых вместо *чувства прайвеси* развито *чувство локтя*, вести себя подобным образом чрезвычайно сложно.

Приведенные выше примеры подтверждают мнение исследователей о том, что отсутствие в языке некоторого слова не означает отсутствие соответствующего концепта [Wierzbicka 1992: 21]. Находятся другие слова и выражения, при помощи которых оказывается возможным, хотя бы приблизительно, передать соответствующее зна-

чение, однако наличие специального слова в языке свидетельствует об особой значимости этого концепта для данной культуры. Подобную идею высказывают и другие исследователи [Сорокин 1981; Марковина 1981; Triandis 1994; Samovar, Porter, Stefani 1998]. Приведем в этой связи высказывание Г. Триандиса, который пишет: «Для важных ценностей во всех культурах есть одно слово. Когда вы видите, что в одном языке для выражения какой-либо идеи используется несколько слов, в то время как в другом — только одно, вы можете биться об заклад, что для второй культуры эта идея является исконной»:

For important values all cultures have one word. When you see that many words are needed to express an idea in one language while only one word is used in another, you can bet that the idea is indigenous to the one-word culture [Triandis 1994: 6].

Тот факт, что, слово *privacy* не имеет точного эквивалента в других языках, включая русский, чрезвычайно важен, так как лакуны, в том числе языковые (а в данном случае и концептуальные), являются, как отмечает Ю. А. Сорокин, сигналами специфики лингвокультурной общности [Сорокин 1981], а перевод непереводаемого, как указывал Ю. М. Лотман, оказывается носителем информации высокой ценности [Лотман 2004: 16]. В то же время наличие данного слова в английском языке свидетельствует о важности этого понятия для английской культуры. А. Вежбицкая, которая во многих своих работах называет личную автономию важнейшей чертой современного английского общества [Wierzbicka 1991/2003; 2006a, b], подчеркивает, что в современном употреблении *privacy* является «не описательным, а идеологическим термином» [Wierzbicka 2006a: 26]. И действительно, он несет в себе идеологию, взгляд на мир, образ жизни, тип отношений, устанавливает нормы и правила поведения.

Имплицитно эта идеология находит отражение во многих английских пословицах, а пословицы, как известно, хранят и передают от поколения к поколению то, что представляется наиболее важным для данного народа. Они, как зеркало, отражают жизнь и нравственные устои общества, являются когнитивными языковыми знаками, в которых отражается «знание стереотипов поведения, норм морали, житейских истин и типичных житейских ситуаций» [Иванова 2002: 141]. Не случайно пословицы называют «компактной монографией по культурным ценностям» (“a compact treatise on the values of culture”) [Samovar, Porter, Stefani 1998: 39], «автобиографией народа», «зерка-

лом культуры» [Dundes 1980, цит. по: Иванова 2002: 4]. Приведем несколько примеров:

*An Englishman's house is his castle* (Дом англичанина — его крепость); *Good fences make good neighbours* (Хорошие заборы — хорошие соседи); *Love your neighbour, yet pull not down your fence* (Соседа люби, но забор не сноси); *A hedge between keeps friendship green* (Забор между соседями способствует дружбе); *Friends are like fiddle-strings and they must not be screwed too tightly* (Друзья как струны скрипки, и их нельзя натягивать слишком крепко). (Ср.: *Больше двух — говори вслух, Сам помирай, а товарища выручай.*)

В одном из рассказов С. Мозма встречаем интересный пример, свидетельствующий о том, что соблюдение дистанции, невмешательство в жизнь других людей, сохранение своей и их личной автономии — важнейшая ценность англичан, определяющая их образ жизни. Один из героев уверяет другого, в том, что ему будет хорошо на новом месте: *'They're a very nice lot of people down there'* (Там много милых людей), — начинает он, и так и хочется продолжить: «Ты не будешь одинок, или Ты с ними быстро познакомишься, или Тебе будет с кем проводить время», но продолжение иное и для русского читателя весьма неожиданное: *'If you don't interfere with nobody, nobody'll interfere with you.'* — «Если ты не будешь надоедать (докучать) им, никто и тебе не будет надоедать.»

Важно отметить, что слово *privacy*, такое трудное для перевода на русский язык, в английском языке живет активной жизнью. Оно входит в разряд частотных и его можно нередко услышать в повседневной речи:

*'There are so many people here. That doesn't bother you?'*

*'Why should it?'*

*'But you are a very private person'* (из разговора двух подруг).

*'I did not say a word, I did not want to intrude on his privacy'* (об отношении к брату).

*'May I do it in private?'* (английский мальчик — русскому учителю рисования, наблюдавшему за его работой).

Также: *My privacy is very important to me / Asking me such a personal question is an infringement of my privacy / He drinks a great deal in private.*

Данное слово и его производные часто встречаются в современных литературных произведениях:

*A man who spent a lifetime devising iron bolts and locks understood the value of privacy* (I. McEwan).

*She actually grew as her older daughter shrank into private misery* (I. McEwan).

*'Oh, I, uh...'* she stammered loudly, looking frantically around her for an excuse not to enter our private hell. And although it would've been nicer for me to have her come aboard, I privately rooted for her to escape (L. Weisberger).

*Privately* Shane was desperately worried about Philip despite his encouraging words (B. Bradford).

*I do not wish to discuss my way of living or dying... I would like to die in private.* — Alone? — *If you prefer to put it that way, yes, alone* (J. Johnston).

Данная культурная ценность находит отражение в коммуникации, с ее помощью можно объяснить многие особенности английского коммуникативного поведения. Это как раз тот безэквивалентный концепт, который содержит важнейшую информацию о коммуникативном сознании представителей английской культуры, о принятых в ней нормах и правилах. *Privacy* проявляется в соблюдении дистанции, в сохранении личного пространства, в уважении независимости личности, в недопустимости оказания прямого воздействия на собеседника, в соблюдении его интересов, в толерантности к поведению других и т. д. и существенным образом сказывается на английском стиле коммуникативного поведения, что будет подробно показано в этой книге. Здесь позволим себе все же привести один пример.

Как известно, на приветствие *How're are you?* англичане, независимо от реального состояния дел, всегда отвечают одинаково позитивно — *I'm fine / I'm great / I'm very well* и т. д. С одной стороны, это можно объяснить позитивным взглядом на жизнь, а также нежеланием обременять других своими проблемами. Но, с другой стороны, это — своеобразная коммуникативная преграда, забор (*hedge*), который окружает англичанина, подобно тому как настоящая изгородь окружает его дом. Эта преграда устанавливает дистанцию и не позволяет собеседнику проникнуть в его зону автономии. Интересный пример находим в книге современной английской писательницы Дж. Ашер, где молодая женщина по имени Гарриет (*Harriet*) разговаривает с матерью своей самой близкой подруги. После традиционного *fine* той стоило большого труда рассказать о своих проблемах с дочерью, за что она потом приносит извинения. Приведем этот любопытный отрывок:

'How is Juliet?' asked Harriet... 'I haven't heard from her for some time — you know she was going through a difficult patch even before the miscarriage. Is she coping OK?'

'Well, yes, thank you, Harriet. She's fine. She's a very practical person, as you know, and she's had the benefit of a good background and the family. I'm quite sure she'll handle this perfectly well... It happens all the time ...you just have to pull yourself together and to keep going, don't you?'

'Of course.'

There was an odd silence. Why did Harriet feel the old lady was trying to tell her something more? She seemed unsettled, and was frowning down at her coffee as if trying to decide something. Suddenly she lifted her head and looked directly at Harriet. 'I have no idea,' she said briskly.

'Sorry?'

'I really have no idea how she is. In fact I suspect you've probably seen her more recently than I have. I'm afraid she doesn't talk to me at the moment. I don't understand... She doesn't want to speak to me. That is it really.'

'Well, she's been through a terrible time, hasn't she? Not just recently, I mean, but for a couple of years now. It's not surprising that - '

'That's very generous of you, Harriet, but I'm afraid there's more to it than that.' Mrs Palmer paused and looked out of the window. 'I think I failed her, you see. I tried to do my very best for her, but I think something went terribly wrong. Oh, dear, I am sorry — do forgive me. How very embarrassing.'

'No, no it's not,' said Harriet. 'Not at all. It's good to talk about things sometimes' (J. Asher).

Данный пример является яркой иллюстрацией коммуникативных различий в английской и русской культурах. Для русского человека, оказавшегося в сложной ситуации, излить душу другому, поделиться своими проблемами, пожаловаться, попросить совета — естественная черта поведения; в английской коммуникации это — нарушение общепринятых норм, требующее извинения.

Откровенному разговору по душам англичане предпочитают *small talk* — бессодержательный разговор, поверхностное, неоткровенное общение, которое при этом играет важную коммуникативную роль — используется для заполнения пауз, создания доброжелательной психологической атмосферы, установления контакта. Как справедливо отмечает В. В. Фенина, за счет *small talk* реализуются важные национально-культурные ценности — *privacy, understatement* [Фенина 2005: 21], т. е. дистантность, недоговоренность.

Русские, разделяющие иные ценности, к данной коммуникативной особенности часто относятся с юмором. М. Любимов, бывший

советский разведчик, работавший в Англии, а позже написавший увлекательную книгу об этой стране и ее людях, обращает внимание на то, как весь мир потешается над умением англичан подробно и со вкусом поговорить о погоде. Он приводит пример подобного разговора в русской интерпретации и тут же дает справедливое объяснение этой коммуникативной особенности англичан:

- Чудесный денек, правда?
- Просто великолепный!
- Восхитительный, правда?
- Так мило, так тепло...
- Лично я предпочитаю жару.
- Она мне всегда по сердцу. А вам?
- Конечно! Но вчера было хмуро...
- Ужасный был день, правда?
- Просто отвратительный!
- Ох, этот дождь... я его ненавижу...
- Мне он тоже неприятен...
- Представьте такой день летом. Дождь утром. Потом на миг выглянет солнце, и снова дождь!
- Если мне не изменяет память, такая погода была летом в 1960 году.
- О да! Я помню!
- Или в 1950 году?
- Кажется, тогда было плохое лето.

Казалось бы весь разговор носит фантастически идиотский характер, особенно если происходит между знакомыми людьми. О нет, этот сугубо английский феномен гораздо сложнее и тоньше, чем кажется поверхностному наблюдателю: это не просто вежливость, а создание удобоваримой атмосферы, стремление перебросить мостик и как-то заполнить неловкую паузу, это культура общения — не обсуждать же с ходу детали гибели принцессы Дианы или внешность певца Элтона Джона? Великая тема погоды захватывает всех: и водопроводчика, пришедшего в дом починить кран, и хозяина колбасной лавки, и таксиста, который везет вас через лондонские «пробки» [Любимов 2004: 242–243].

Другой важной английской ценностью, существенно влияющей на стиль коммуникации, которую нельзя не упомянуть, является равенство, что не случайно, поскольку, как отмечалось, для индивидуалистических культур характерна незначительная вертикальная дистанция, или дистанция власти (Power Distance). Уважительное и внимательное отношение к каждому, независимо от статуса и социального положения, является важной чертой английского сти-

ля коммуникации. Даже при наличии асимметричных отношений вышестоящие не демонстрируют свою власть, а общаются с подчиненными на равных, допуская и приветствуя неформальность в общении. Еще одна иллюстрация из книги М. Любимова:

... английские манеры все же дышат свободой, важнейшим компонентом национального характера, в них присутствует и чувство собственного достоинства. Мне не довелось видеть, чтобы высокопоставленный англичанин разговаривал со своим подчиненным сверху вниз, со стороны это уважительная беседа двух равноправных членов общества. То же самое относится и к секретарю, и к официанту, и к уборщице — есть чему поучиться! Как долго и серьезно может беседовать банкир с бродягой-шелапутом! И виду не покажет, что этот полупьяный, болтливый тип ему до безумия осточертел, наоборот, он внимательно ловит каждое слово собеседника, словно это Шекспир, и одобрительно кивает головой [там же].

Важно отметить, что подобное поведение вышестоящего к низестоящему не понижает, а, напротив, повышает его статус. В повседневном общении демонстративное подчеркивание статуса как самим его обладателем, так и его низестоящим окружением, т. е. как сверху вниз, так и снизу вверх, характерное для русской культуры, в английской является признаком плохого тона. Само слово *deference* (почтение), по свидетельству англичан, воспринимается уже как устаревшее. Равенство в отношениях проявляется не только в профессиональной сфере, но и в общении родителей с детьми, учителей с учениками, преподавателей со студентами и т. д. Наряду с *privacy* данная культурная ценность также ярко проявляется в коммуникации, что будет показано в дальнейшем.

Еще одной ценностью, которую можно отнести к разряду коммуникативных, является оптимистичный взгляд на жизнь, так называемое *positive thinking* (позитивное мышление), характерное для протестантского мировосприятия, которое предполагает «оптимистичский настрой и доброжелательное отношение к людям» (см. [Виссон 2003: 30]). Ценятся демонстрация благополучия, успешности, умение контролировать ситуацию. Данная культурная ценность отражается в английской поговорке *Laugh and the world laughs with you: weep and you weep alone* (Смейся — и весь мир будет смеяться с тобой, плачь — и ты будешь плакать один).

В наибольшей степени эта черта типична для американской культуры, но многое из того, что пишет Л. Виссон об американцах, мы

замечаем и у англичан, прежде всего в их коммуникативном поведении. Это и традиционная улыбка, и уже упоминавшиеся оптимистичные приветствия (*How're you? — Fine/ Great*), взаимные подбадривания (для чего в английском языке есть специальный глагол — *encourage*) в виде пожеланий, завышенных оценок, комплиментов и т. д. (*Have a nice day! / Enjoy yourself! / That's great! / You're absolutely fantastic!*), являющихся повседневными традиционными репликами.

При этом важно подчеркнуть, что к важнейшим ценностям английской коммуникативной культуры относится эмоциональная сдержанность. Умение сдерживать и контролировать свои эмоции является неотъемлемой составляющей понятия *Englishness* («английскость»). Данная особенность английского коммуникативного поведения будет подробно рассмотрена отдельно.

### 1.3.3. Коммуникативные ценности русской культуры

Основное различие в ценностных приоритетах русской и западных культур заключается в следующем: «...если в западных (особенно протестантских) культурах в центр ценностных иерархий ставится личность, причем личность в ее уникальности, индивидуальности и свободолюбии, то в нашей русской культуре таким центром являются человеческие отношения» [Касьянова 2003: 463]. Среди важнейших ценностей русской культуры исследователи прежде всего называют соборность, общинность, коллективность, общительность, гостеприимство, искренность, эмоциональность, духовность (непрагматизм), скромность (см. [Тер-Минасова 2000; Шмелев 2002; Кочетков 2002; Крысько 2002; Касьянова 2003; Виссон 2003; Сергеева 2004; Прохоров, Стернин 2002; Кузьменкова 2005; Анна Зализняк 2005; Wierzbicka 1992, 1999] и др.).

В русской культуре нет зоны личной автономии, подобной той, которую мы наблюдаем в английской культуре. Для русского национального сознания, напротив, важное значение имеют соборность, или общинность, коллективность. Н. А. Бердяев отмечал, что русский народ всегда любил жить в тепле коллектива, «в какой-то растворенности в стихии земли, в лоне матери» [Бердяев 1990: 13]. Называя русских самым общительным народом в мире, он писал: «У русских нет условностей, нет дистанции, есть потребность часто видеть людей, с которыми у них даже нет особенно близких отношений, выво-



рочивать душу, ввергаться в чужую жизнь..., вести бесконечные споры об идейных вопросах» [Бердяев 1990: 471]. Не случайно поэтому слово индивидуализм, имеющее в английском языке положительный оттенок, в русском содержит отрицательную коннотацию.

В настоящее время, когда мы все являемся свидетелями того, как смещаются ценности и приоритеты людей, возможно, не все согласятся с этими словами, однако хочется верить, что наши исконно русские ценности сохранятся, поскольку именно они делают нас русскими, определяют нашу идентичность. Оптимизм придают слова К. О. Касьяновой, по убеждению которой наши ценности «могут подвергаться критике, но только по линии следования им. Здесь нас можно обвинить ... как плохих патриотов, индивидуалистов и стяжателей. Но эти обвинения к конфигурации наших ценностей не относятся, потому что другие цели у нас могут быть и даже часто бывают, особенно в кризисные времена всеобщего распада, но других ценностей нет» [Касьянова 2003: 477].

Проводя историко-этнологический анализ этнической картины мира русских, С. В. Лурье рассматривает общину в качестве основного типа русской социальности: «Синонимом слова “община” является слово “мир”, и понятие “мир” было центральным в сознании русских крестьян. Крестьянин осознавал себя членом русского общества не как индивид, а как член конкретной общины, конкретного “мира”» [Лурье 1998: 262]. Уточняя, что община не является специфически русским явлением, Лурье отмечает, что «отличительной чертой русской общины являлось ее центральное место в самоидентификации подавляющего числа членов русского общества и, следовательно, та значительная роль, которую община играла в общественной жизни в целом» [там же].

Общинность, соборность заключается в приоритете общих, коллективных интересов, целей над личными, это явление исследователи относят к национальным ценностям, определяющим все особенности русского менталитета [см. Воробьев 1997: 175; Прохоров, Стернин 2002: 95]. Соборность отражена в наличии в сознании русского человека понятия «коллектив», отсутствующего в английской культуре. Ср.: *He имеет сто рублей, а имеет сто друзей* и *Two is a company, three is a crowd* (Двое — это компания, трое — толпа). При этом любопытно, что сто друзей может иметь скорее англичанин, чем русский, поскольку в английском языке *friend*, как уже отмечалось, это не только друг, но и приятель, и просто знакомый.

Коллективистская идеология русских проявляется в любви к совместной деятельности, о чем убедительно свидетельствует и язык: *вдвоем, втроем, вчетвером* не имеют в английском языке однословных эквивалентов и переводятся как *two people together, three people together, four people together*. На этот факт обращает внимание и А. Гладкова, которая отмечает, что привычное для русских *делать что-то за компанию* представителями англоязычного мира может быть воспринято как отсутствие инициативы или зависимость [Gladkova 2007: 142]. Хотя иногда среди близких друзей можно услышать выражение *to keep smb company*, как например, в следующем диалоге:

'Would you like to have another glass?'

'No. I've had enough.'

'Oh, go on, to keep me company.'

Русские же часто делают что-то именно *за компанию*, порой даже в ущерб личным интересам, следуя пословице *За компанию и цыган повесился*. О важности компании для русских свидетельствует также и традиционная русская фраза *Спасибо за компанию*, часто используемая при расставании. В английской культуре подобной фразы не существует, хотя если вы скажете своим английским друзьям *Thanks for your company*, они будут приятно удивлены, то есть реакция на нее будет положительной.

Русское понятие *соборность* существенно отличается от европейского понятия *коллективизм*, который носит механический рациональный характер. Как отмечает, в частности, Л. В. Савельева, «если коллектив — это соединение людей, то соборность — это соединение душ, неизмеримо более целостное и органичное» [Савельева 1997: 47]. Яркое его проявление — любовь к общению, являющемуся для русских людей приоритетной формой проведения времени и называемому исследователями категорией русского коммуникативного сознания [Стернин 2002: 11; Шаманова 2002: 62].

Как отмечает И. А. Стернин, коммуникативная категория *общение* представлена в русском коммуникативном сознании на уровне ценности, имеет духовную значимость [Стернин 2002: 11]. Данная ценность проявляется в повседневном поведении. Пример из нашего наблюдения: если англичане в транспорте отсаживаются друг от друга при наличии свободного места, русские, наоборот, приглашают стоящего сесть рядом, предлагают поддержать тяжелые или хрупкие вещи,

посадить рядом ребенка; студенты в аудитории рассаживаются группами, а не по одному, как в английских университетах; в транспорте, в очередях русские люди легко завязывают разговор с незнакомыми людьми и уж, конечно, ничто не сравнится с русским застольным общением, с бесконечными разговорами на самые разные темы.

Коллективность, соборность как идеология русских находит отражение в словарном составе русского языка. По данным синонимических словарей, лексема *общаться* связана синонимическими отношениями с рядом других лексем: *соприкасаться, поддерживать отношения, знать, водиться* (разг.); *иметь дело* и др. [ССРЯ 1986; 2001]. По результатам специальных исследований, лексико-фразеологическое поле, репрезентирующее концепт *общение*, является одним из самых больших полей русского языка и насчитывает 2102 лексемы и 1098 фразеологических единиц, что свидетельствует о важности и актуальности концепта *общение* для национального сознания русских [Шаманова 2002: 60]; русская идиоматика включает 500 фразеологизмов, пословиц и поговорок, содержащих информацию о самом процессе коммуникации, о речевых жанрах, о возможном результате речевого взаимодействия и воздействия [Балашова 2003: 93].

Интересные факты, свидетельствующие о разной ценности общения в английской и русской культурах, выясняются при сопоставительном анализе лексических систем. Так, в английском языке нет слов, эквивалентных русским словам *общение, общаться, общительный, необщительный, общительность*. На этот факт указывает, в частности, А. Вежицкая, называющая *общение* русским культурным ключевым словом [Вежицкая 2005: 469]. Семантика глаголов, приводимых в словарях как английские эквиваленты глагола *общаться* (*associate, communicate, socialize, contact, liaison, mix* и др.), не передают того специфического значения, которое в нем содержится. Иногда его переводят как *intercourse* [РАС], однако в английских словарях (см., например, [MED]) слово *intercourse* в значении *communication between people or activities that people do together (social intercourse)* дается с пометой *old-fashioned* (устаревшее, старомодное). *Личное общение* переводится как *personal contact* (личный контакт), *общение с людьми* — *meeting people*. Русское *Пообщался с друзьями* может быть переведено как *I had a great time with my friends* (букв.: Я имел прекрасное время с друзьями); *Я люблю общаться* — *I like meeting people* (Я люблю встречаться с людьми).

Анна А. Зализняк, рассуждая об отличии этого глагола от его переводных эквивалентов, отмечает, что *общаться* (а вслед за ним и существительное *общение*) несет в себе идею очень неформального взаимодействия, «человеческого тепла»; *общаться* по-русски значит «разговаривать с кем-то в течение некоторого времени ради поддержания душевного контакта», в этом слове содержится также идея «некоторой бесцельности этого занятия и получаемых от него удовольствия или радости» [Зализняк Анна А. 2005: 280–281].

Любовь к общению проявляется в таких словах, как *застолье*, *застольная беседа*, *застольная песня*, которые также не имеют аналогов в английском языке. Ср. предлагаемые словарями варианты их перевода: *застолье* — *feast* (английские словари толкуют это слово как *a large meal for a lot of people, usually to celebrate something*), *застольная беседа* — *table-talk*, *застольная песня* — *drinking-song*. Подчеркивая ценность душевного общения в русской культуре, А. Д. Шмелев пишет: «В соответствии с русским представлением о хорошей трапезе, самостоятельной ценности не имеет не только выпивка, но и еда как таковая. Главное для русского застолья — не поесть и даже не выпить, а, разомлев от хорошей выпивки и закуски, открыть свою душу» [Шмелев 2002: 169].

Показательно также, что в русском языке имеется большое количество сложных слов, первую часть которых составляет *обще-*, со значением объединения, собирательности. СРЯ выделяет два значения:

- 1) *обще* — первая часть сложных прилагательных в знач. общий для чего-н.: *обшегородской*, *общенациональный*, *общенародный*;
- 2) свойственный всем, касающийся всех, всего: *общеизвестный*, *общепонятный*, *общепринятый*, *общепризнанный*, *общераспространенный*, *общеустановленный*.

Полные эквиваленты данных слов в английском языке также отсутствуют. РАС предлагает переводить слова *общегосударственный*, *общенациональный*, *общенародный* как *national*, *обшегородской* — *city*, где отмечается принадлежность к городу или стране, но нет этого, свойственного русским словам, значения общности, собирательности. Ср. также *общенародный праздник* — *general holiday*. Такие слова, как *общеизвестный*, *общепонятный*, *общепринятый*, *общепризнанный*, как «известный всем, понятный всем, принятый всеми, признанный всеми» переводятся следующим образом: *общеизвестный* — *well-known, generally known*; *общепринятый* — *generally accepted/*

*used / adopted; conventional; общепризнанный* — *universally recognized*. *Общедоступный* в денежном отношении переводится как *of moderate price* (умеренной цены); в значении «открытый для всех» — *public, open to general use* (публичный, открытый для общего использования); в значении «понятный» — *popular*. Часто подобные русские слова переводятся описательно: *общекорпусной* — *for the team as a whole* (для команды в целом); *общепонятный* — *popular* или *comprehensive to all, within the grasp of all*.

Нет в английском языке полного аналога и слову *взаимность*. Словари в качестве эквивалента предлагают *reciprocity*, которое, во-первых, дается с пометой *formal* (формальное), во-вторых, толкуется как *a situation in which people reciprocate* [MED]. Но глагол *to reciprocate*, который также приводится со стилистическим маркером *formal*, — это не испытывать нечто общее, а возвращать то, что получаешь. Подтверждение находим в LDELС, где глагол *reciprocate* толкуется как “to give or do something in return”: *They invited us to their party, and we reciprocated (their invitation) by inviting them to ours. His dislike of me is entirely reciprocated*. Любопытно, что глагол *to reciprocate* является также техническим термином, означающим «перемещаться возвратно-поступательно», «двигаться вперёд и назад», «иметь качательные движения» [Мультитран], *reciprocity* переводится как «обратимость», «взаимозаместимость».

Словари предлагают следующие варианты перевода слова *взаимность*: *ответить взаимностью* — *to reciprocate somebody's feelings / love / affection / to love back / to return somebody's love / to return somebody's affection*; *добиться чьей-л. взаимности* — *to gain / win smb's love*; *любить кого-л. без взаимности* — *love smb without requital*; *любовь без взаимности* — *one-way love / unanswered love / unrequited love* [РАС, Мультитран].

Таким образом, русское слово *взаимность* является, в отличие от английского, общеупотребительным и содержит эмоциональный компонент, означающий единение, понимание, общность чувств и отношений, необходимых русским людям (*Люблю, когда мне отвечают взаимностью / Без взаимности семью не построишь / Между нами нет взаимности*). Существительное *mutuality* (обоюдность; взаимность; взаимная зависимость; оказание помощи, содействия, услуг) является менее частотным, хотя прилагательное *mutual* часто выступает синонимом слова *взаимный* (*mutual aid / hate / attraction*). Помимо значения «обоюдный», оно имеет еще значение «общий» (*mutual*

*friend, mutual opinion, mutual wall* — стена между двумя прилегающими зданиями).

Коллективистский тип русской культуры проявляется и в грамматике. Он предопределяет, в частности, то, что в русском языке доля «вы» и «мы», в сравнении с английским языком, выше, чем доля «я». Ср.: *Мы с другом. Мы с Петром. — My friend and I. Peter and I. / Do I know you? — Мы знакомы? / See you. — Увидимся.*

Пословицы, которые, как отмечалось, являются зеркалом культуры народа, передают от поколения к поколению важнейшие ценности и установки, также свидетельствуют о коллективистской ментальности русского народа, о значимости общения, неизбежности и необходимости контактов. Некоторые из них мы уже называли: *На миру и смерть красна; Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Больше двух — говори вслух; Одна голова — хорошо, а две — лучше; Сам помирай, а товарища выручай; Гора с горой не сходится, а человек с человеком сойдется; Стоя вместе у колодца и ведро с ведром столкнется; Горшок с горшком в печке и то стыкается.* Ср.: *He travels the fastest who travels alone* (Тот едет быстрее, кто едет один); *Come seldom, come welcome* (Чем реже ты приходишь, тем больше тебе рады); *Two is a company, three is a crowd* (Два человека — это компания, три — толпа).

Общность, общение, единение влекут за собой и другие коммуникативные ценности, важные для людей, привыкших жить в тесном коллективе. Это прежде всего — **правда и искренность**, на которые неоднократно указывали исследователи (см. [Арутюнова 1995; Шмелев 2002; Wierzbicka 1991; 1992; 1997; 2002]). Эта коммуникативная черта русских также отражается во фразеологии — *Лучше горькая правда, чем сладкая ложь*. Отсюда нелюбовь к преувеличениям, завышенным оценкам, недоверие к комплиментам. Очевидно, по этой же причине русские не любят светский разговор, что отмечают многие исследователи (см. [Балашова 2003; Сергеева 2004; Дементьев, Фенина 2005; Фенина 2005]), которому они предпочитают разговор по душам.

Разговор по душам исследователи называют «жанровым проявлением соборности», поясняя, что при общении, определяющим принципом которого является соборность, происходит объединение как на внешнем, так и на глубинном уровне [Дементьев, Фенина 2005: 26]. Разговор по душам — наиболее гармоничная форма общения русских, «когда каждый не только и не столько сообщает правдивую

или полезную информацию, сколько открывает свою душу, сердце, то есть говорит о самом сокровенном прямо и открыто» [Балашова 2003: 106]. Русским словам *теплота, искренность, сердечность* трудно найти английские эквиваленты. Существующие в английском языке *warmth, sincerity, cordiality* не являются столь распространенными и не отражают характерных черт английской культуры [Gladkova 2007: 143], в то время как в русской культуре они называют важнейшие коммуникативные ценности. Русские в процессе общения легко устраняют межличностные границы, быстро сближаются до интимной зоны общения, где можно говорить обо всем, обсуждать личные проблемы, выражать друг другу сочувствие, давать советы и т. д. При этом такое общение возможно не только между близкими людьми, но и между едва знакомыми, примером чему может быть общение между попугайчиками в поезде, когда в конце пути каждый из них знает чуть ли не всю биографию друг друга.

О подобном опыте рассказывает С. Моэм. Герой его рассказа ("The Dream") удивляется тому, как много он узнал о своем русском собеседнике в привокзальном ресторане, ни о чем при этом его не спрашивая:

*We soon got into conversation. The Russian spoke good and fluent English... I do not know whether it was the vodka or the natural loquaciousness of his race that made him communicative, but presently he told me, unasked, a good deal about himself...*

В то же время вопрос русского о том, женат ли он, звучит для него неожиданно, поскольку он не понимает, какое тому до этого дело:

*'Are you married?' he asked.*

*I did not see what business it was of his, but I told him that I was.*

Получив ответ, русский вздыхает, говорит, что сам он вдовец, и далее следует подробный рассказ о его бывшей жене.

Русские люди испытывают сильную потребность в общении и ощущают психологический дискомфорт, когда лишены его. Его часто не хватает, например, тем, кто уехал за границу и оказался в иной социокультурной среде. Из наблюдений двух русских молодых людей, проживших некоторое время в Лондоне:

Конечно, они <англичане> собираются в компании ..., но каждый платит за себя. И разговоров «за жизнь», столь необходимых русскому человеку (выделено мной. — Т. Л.), в таких компаниях Вы не услы-

шите. О том, чтобы «последнюю рубаху отдать» — такого выражения даже не существует в английском языке. После работы — «See u tomorrow!» — и ВСЕ... Как они волками по вечерам не воют — не знаю. Зато, прожив пару месяцев по-английски (я же высокомерно уезжал от российской грязи, пьянства и быдла в чистую страну прекрасных людей), завыл я. И убежал бегом и без оглядки с берегов Туманного Альбиона [Сакин, Спайкер 2002: 181].

На любовь русских к общению как важную особенность культуры обращают внимание и зарубежные исследователи. Американский антрополог Нэнси Рис в своей книге, которая так и называется «Русские разговоры» [Рис 2005], отмечает: «...разговор для большинства моих знакомых в Москве значит более всего на свете — это момент обнажения души и освобождения от всего наносного» [там же: 37].

А. В. Сергеева, сопоставляя общение французов и русских, пишет: «... русское понимание сути хорошего разговора сводится к разговору *по душам*, в отличие от светской болтовни, которая часто оценивается ими как “глупая”. <...> Разговор *по душам* — это долгая, неспешная, откровенная беседа с хорошим знакомым, с близким другом, которая не нуждается в красноречии, а только в искренности, душевности» [Сергеева 2004: 87].

В английской культуре подобный речевой жанр отсутствует. Его место, как отмечалось, занимает *small talk* — бессодержательный разговор, служащий удобным средством заполнения пауз, установления контакта и позволяющий соблюдать дистанцию.

В русской коммуникативной культуре, напротив, отсутствие информативности в разного рода праздноречевых жанрах оценивается отрицательно, одним из главных достоинств говорящего признается умение донести информацию до слушающего. Как пишет Л. В. Балашова, представление о гармоничной коммуникации русских «связано с общими этическими установками языкового коллектива, где ведущую роль играет представление <...> о правде и истинности, с одной стороны, и открытости, прямоте говорящего, с другой» [Балашова 2003: 105]. Говоря о коммуникативном идеале русских, выделенном в результате анализа русской идиоматики, она отмечает, что «в идеале говорящий должен быть откровенным, открытым и искренним или отказаться от общения (*говорить, так договаривать, а не договаривать, так и не говорить*)» [там же: 106]. При этом празднословие, пустословие и многословие оценивается русскими отрицательно. Исследовательница делает вывод, о том, что «наиболее достойной и



этичной формой коммуникации признается прямая коммуникация, которая часто неотделима от правдивой информации» [там же: 107].

Интересно, что данный вывод, сделанный Л. В. Балашовой на основе анализа русской идиоматики, полностью совпадает с выводом, сделанным нами в результате сопоставительного анализа коммуникативного поведения англичан и русских в различных речевых актах (см. [Ларина 2003]), где среди важнейших черт русского стиля коммуникации назывались *прямолинейность, коммуникативная естественность, ориентированность на содержание, а не на форму*. Основные итоги проведенного сопоставительного исследования будут продемонстрированы и в этой книге. Будет также показано, как перечисленные ценности, отражающие коллективистскую ментальность и столь значимые для русских — общинность, соборность, любовь к общению, искренность, доверительность, прямолинейность, эмоциональность<sup>5</sup>, скромность, проявляются в особенностях коммуникативного поведения и определяют русский стиль коммуникации.

Нельзя не упомянуть еще об одной ценности русской культуры, которая находит отражение в коммуникации и может быть отнесена к коммуникативным, это — уважение к старшим. Как и «общинность», данная ценность связана с социальной организацией общества, она является отражением на коммуникативном уровне вертикальной дистанции, которая в русской культуре, как отмечалось, является более значительной, по сравнению с английской. Особое отношение к старшим, как по возрасту, так и статусу, существенным образом сказывается на коммуникативном поведении русских. Хотя, справедливости ради, следует признать, что в последнее время в связи с развитием процессов демократизации общества данная ценность в некоторой степени утратила свою прежнюю значимость, но она по-прежнему существует и является определяющей в ряде коммуникативных ситуаций.

Ценности приобретаются человеком в процессе воспитания и существуют на бессознательном уровне, моделируя все его поведение, в том числе коммуникативное. Как справедливо отмечает К. О. Касьянова, «точно так же, как грамматические правила порождения высказывания известны каждому носителю языка, хотя он

---

<sup>5</sup> Такие важнейшие коммуникативные ценности, как эмоциональность в русской культуре и эмоциональная сдержанность в английской, будут рассмотрены в отдельном параграфе.

исключительно редко формулирует их для себя в вербальной форме, эти бессознательные ценностные структуры существуют в каждом представителе данного этноса, представляя собой *порождающую грамматику поведения*» (курсив мой. — Т. Л.) [Касьянова 2003: 24]. Именно поэтому знание коммуникативных ценностей носителей изучаемой лингвокультуры имеет чрезвычайно важное значение для эффективного межкультурного общения, игнорирование их ведет к серьезным коммуникативным неудачам.

#### 1.4. Культура и особенности невербальной коммуникации англичан и русских

Культурные ценности отражаются в поведении людей, сказываются на их образе жизни, затрагивают все уровни коммуникации — вербальный, невербальный, эмоциональный — и формируют основные черты коммуникативного стиля.

Для того чтобы общение было успешным, необходимо понимать не только слова собеседника, но и используемые им средства невербальной коммуникации — мимику, жесты, позы, телодвижения, использование пространства и другие знаки, роль которых нельзя недооценивать. По данным исследователей, с помощью слов передается всего 40 % информации, остальная — несловесными средствами; при восприятии человека при первой встрече значимость его слов составляет всего 7 %, голоса — 38 %, внешности — 55 % [Sampson 1994: 27]. Таким образом, самую важную роль играет визуальное восприятие собеседника.

Знаки невербальной коммуникации передают богатую информацию о собеседнике: его чувствах, настроениях, отношении и т. д. и являются предметом специальных исследований. Одна из книг, посвященная жестам, так и называется “How to read a person like a book” [Nierenberg, Calero 1973]. Однако тот факт, что знаки невербальной коммуникации являются культурно специфичными, вызывает сложности в межкультурном общении, может стать источником непонимания и даже конфликтов. Как отмечает Е. Г. Крейдлин, «нет ни одного выражения лица, позы, или положения тела, которые бы имели одно и то же значение во всех культурах» [Крейдлин 2001: 233].

Рассмотрим некоторые особенности невербального поведения англичан и русских.

Невербальное поведение, как отмечалось, включает *проксемию* (использование пространства в процессе коммуникации, необходимое количество личной территории); *кинестическое поведение* (специфические жесты и частотность их использования, выражения лица, позы, телодвижения); *тактильное поведение* (допустимость прикосновений и тактильные жесты) и др. Сюда же можно отнести и *паравербальные* характеристики (темп речи, громкость, тональность, допустимость и длина пауз, допустимость и роль молчания и т. п.).

Общение людей происходит на определенном расстоянии друг от друга, которое существенно варьируется в зависимости от коммуникативного контекста — межличностных отношений участников коммуникативного акта, их статуса, возраста, ситуации, места и времени общения и т. д. Э. Холл [Hall 1959] предложил выделять в связи с этим 4 типа дистанции:

- *интимную (intimate)* (общение близких людей наедине, когда говорят шепотом);
- *личную, или персональную (personal)* (это дистанция, при которой близкие люди, супружеские пары, например, стоят в общественном месте, говорят в полголоса);
- *социальную* (Э. Холл называл ее *casual*) (расстояние между коллегами, продавцом и покупателем, когда говорят в полный голос);
- *публичную (public)* (учитель и ученики, докладчик — аудитория, при такой дистанции говорят громко).

Э. Холл приводит конкретные данные для этих типов дистанции<sup>6</sup>, однако касаются они жителей США. Поскольку на конкретный коммуникативный контекст налагается еще и культурный контекст, являющийся важнейшим фактором, определяющим дистанцию общения, в разных культурах она варьируется.

Как видно из данных Э. Холла, американцы общаются на значительном расстоянии друг от друга, они ревностно охраняют свое личное пространство. Л. Виссон указывает, что при общении американец, как правило, встает в одном-двух метрах от собеседников, если только они не друзья или не близкие родственники, посягательство на личное пространство заставляет его сильно нервничать и вос-

---

<sup>6</sup> Интимная дистанция — от прикосновения до 18 дюймов (45,7 см), персональная (дистанция рукопожатия) — от 18 дюймов до 4 футов (т. е. 45–120 см), социальная — 4–12 футов (120–360 см) и публичная — более 12 футов (т. е. от 360 см и далее) [Hall 1959, цит. по: Jandt 2003: 130].

принимается как агрессивное поведение либо как шаг к сексуальному домогательству [Виссон 2003: 178]. Поведение русских, которые привыкли к меньшей дистанции общения и регулярно нарушают это пространство, воспринимается как приглашение к более близким отношениям, заигрыванию или, наоборот, может быть воспринято как угроза личной безопасности.

При общении англичан и русских проявляются те же различия в использовании пространства. Независимо от контекста (кто, с кем, где говорит), соответственно, типа дистанции, расстояние между английскими коммуникантами всегда больше, чем расстояние между русскими<sup>7</sup>. Конкретные данные приводит Л. Броснахан в книге о русской и английской невербальной коммуникации [Brosnahan 1998]. Данные исследователя для большей наглядности представим в виде таблицы.

Дистанция между русскими и английскими коммуникантами<sup>8</sup>

ТИП ДИСТАНЦИИ	РУССКИЕ	АНГЛИЧАНАЕ
Интимная	10–18 см	10–45 см
Персональная	15–25 см	45–120 см
Социальная	30 см–2 м	1–4 м
Публичная	с 2,5 м	с 3,5 м

Л. Броснахан образно отмечает, что «русское осознание себя, как представляется, имеет границы, совпадающие с границами тела, в то время как у англичан оно распространяется сантиметров на 10 за пределами его тела» [Brosnahan 1998, цит. по: Прохоров, Стернин 2002: 162]. Судя по его данным, а также личным наблюдениям, можно говорить по меньшей мере о 20 сантиметрах или даже больше.

В процессе межличностной коммуникации наиболее важную роль играет персональная дистанция, то есть личное пространство, в которое человек не пускает других (за исключением самых близких). Личное пространство, которое Э. Холл образно называет *bubble* (пузырь), в разных культурах не только различается размером, но и за-

<sup>7</sup> За исключением разве что нижней планки интимной дистанции, когда невозможно обойтись без прикосновений.

<sup>8</sup> Данные Л. Броснахана [Brosnahan 1998] заимствованы из [Прохоров, Стернин 2002: 162].

нимает разное место в иерархии ценностей. В английской культуре, являющейся одной из наиболее индивидуалистических, как уже отмечалось, существует специальное слово — *privacy* — для обозначения этой важнейшей культурной ценности. У русских, у которых, по образному сравнению Л. Броснахана, восприятие себя заканчивается границами тела, личное пространство если не отсутствует вовсе, то, по сравнению с англичанами, является минимальным. Во всяком случае, специального слова для его наименования в русском языке нет.

Зона личной автономии, соблюдение которой является обязательной, проявляется в повседневной жизни англичан. При наблюдении за их поведением (в транспорте, на улице, в магазине) возникает ощущение, что *'privacy'* — это даже не абстрактное понятие, а объективная реальность, не видимая простым глазом. Действительно, кажется, будто вокруг каждого человека очерчен невидимый круг или распространяются какие-то волны, препятствующие соединению, отталкивающие людей друг от друга, как только они приближаются до допустимого предела, в результате чего в толпе люди не сталкиваются, они демонстрируют тончайшее чувство дистанции. Данное наблюдение подтверждают и авторы книги «Эти странные англичане», которые пишут: «В общественных местах англичане изо всех сил стараются не прикоснуться к незнакомому человеку, даже нечаянно. Если же ненароком такая неприятность все же случилась, следуют самые искренние и пространные извинения, которые, однако, ни в коем случае нельзя использовать для продолжения разговора» [Майол и Милстед 2001: 30].

Русские же настолько толерантны к прикосновениям (на улице, в транспорте, магазине), что в подобных ситуациях не всегда считают необходимым извиниться.

Наличие зоны *privacy* у англичан и ее отсутствие у русских проявляется в том, что англичане при ходьбе предпринимают попытку избежать столкновения с идущим навстречу намного раньше, чем это делают русские. Если русские извиняются обычно при непосредственном физическом столкновении или едва не столкнувшись, англичане — при «столкновении» зонами автономии. При этом извиняются оба субъекта, независимо от того, кто спровоцировал создавшуюся ситуацию. Идущий сзади скажет *'sorry'*, если идущий впереди пешеход внезапно остановился. Идущий навстречу извинится задолго до того, как это делают русские.

Уважение личной автономии проявляется также в строгом соблюдении очереди. Причем, стоя в очереди, например, в банке или магазине (за исключением продовольственных магазинов), англичане никогда не подходят к клиенту, которого в данный момент обслуживают, а терпеливо ждут на значительном расстоянии приглашения кассира. Когда очередь состоит из одного человека, стоящего в стороне (например, около билетной кассы в метро или на вокзале), русскому человеку его очень легко не заметить. Именно поэтому русские, даже не желая того, приобрели репутацию людей, которые постоянно игнорируют очередь.

Различие в использовании пространства англичанами и русскими свидетельствует о том, что первые чувствуют себя комфортно при большем личном пространстве, чем вторые. Англичане предпочитают стоять, сидеть на более значительном расстоянии друг от друга, чем русские. Поэтому не стоит удивляться, если в транспорте от вас будут отсаживаться, а когда вы зайдете в кабинет официального лица на деловую встречу, вам предложат сесть где-нибудь прямо у двери. Поддерживать беседу в такой ситуации русскому человеку достаточно сложно.

Дистанция общения сказывается и на использовании знаков тактильной коммуникации. Англичане в общении избегают физических контактов, что неудивительно: прикоснуться к собеседнику, похлопать его по плечу на расстоянии вытянутой руки сложно и неудобно. Англичане этого практически и не делают: они не обнимаются, не целуются, не прикасаются друг к другу. Даже такой распространенный (и не только у русских) жест приветствия, как рукопожатие, используется, как правило, только при знакомстве. При этом рукопожатие у англичан более краткое, чем у русских, делается оно при полностью вытянутой руке и без попытки задержать руку собеседника в своей.

Что касается жестов и мимики, в английской культуре они используются очень ограниченно. И это не случайно: чем больше дистанция, характерная для той или иной культуры, тем больше в ней норм и ограничений на поведение людей. Ограниченная жестикуляция, как и сдержанная, неинтенсивная мимика, являются признаком воспитанности и хороших манер. Несколько своеобразным является использование визуального контакта. Как и в других европейских культурах, прямой взгляд у англичан является знаком внимания и заинтересованности. При этом глаза обычно неподвижны, не

переходят с предмета на предмет, а сфокусированы в одной точке. Чтобы дать понять собеседнику, что они слышат и понимают его, англичане часто не кивают головой, а мигают. При этом смотреть прямо в глаза собеседника не принято. В русской культуре, которую исследователи называют «глазеющей», по сравнению с англосаксонской культурой, обычай смотреть прямо в глаза означает самораскрытие перед собеседником, что свидетельствует о прямой зависимости между контактом глаз и откровенностью в отношениях [Грейдина 2003: 111].

Русские используют жесты намного больше: они кивают головой в знак согласия; качают головой, когда несогласны; пожимают плечами или разводят руки, когда говорят «не знаю», и т. д., при этом жесты рукой имеют большую амплитуду, чем западноевропейские, и занимают большее пространство (см. [Прохоров, Стернин 2002]).

Существенные различия в поведении англичан и русских проявляются в улыбке, которая имеет большое национальное своеобразие. Однако поскольку она связана с вопросом о демонстрации эмоций, более подробно остановимся на ее рассмотрении в следующем разделе. Здесь лишь отметим, что в английской культуре улыбка является обязательным элементом коммуникации, в то время как одним из наиболее ярких и национально-специфических черт русского невербального поведения и русского общения в целом является, как отмечают исследователи, «бытовая неулыбчивость» [Прохоров, Стернин 2002: 145].

Относительно паравербальных средств коммуникации следует отметить, что в обобщенном виде особенности их использования можно сформулировать следующим образом: англичане предпочитают говорить тихим голосом, в среднем темпе (быстрее, чем финны, но медленнее чем, например, французы), не перебивая друг друга и строго следуя правилу *turn-taking* (поочередности реплик); не допускают длинных пауз, нетерпимы к молчанию (прекрасным средством заполнения пауз в английской коммуникации является *small talk*).

О важности соблюдения правила поочередности реплик в английской коммуникативной культуре писал еще Джон Локк: “*There cannot be a greater rudness than to interrupt another in current of his discourse*” (Не может быть большей грубости, как перебивать другого, когда тот говорит) (цит. по [Peters 2000: 48]). Англичане очень болезненно реагируют на нарушение этого правила. Следующий отрывок из романа Дж. Ашер является ярким тому подтверждением:

Her mother's capacity to interrupt someone in midsentence without any apparent awareness of the havoc she invariably caused in the conversational process never failed to take Juliet's breath away, although she had long ago ceased trying either to point out this fault or to preserve with the original thread of dialogue... Both Juliet and Michael had come to accept that it was simpler, and ultimately less destructive to the other participants, to abandon any attempt at conversational flow, and simply negotiate the sharp turns involved with as much control of the route as possible (J. Asher).

Подводя итог сказанному, подчеркнем, что в обобщенном виде для английского стиля невербальной коммуникации характерны следующие черты:

- значительная пространственная дистанция;
- бережное отношение к незыблемости личного пространства каждого из участников коммуникативного акта, его автономии, недопустимость его нарушения;
- практически полное отсутствие тактильной коммуникации;
- ограниченное и сдержанное использование мимики и жестов;
- сдержанность в проявлении эмоций;
- социальная улыбчивость.

Среди особенностей русского коммуникативного стиля, выделяемых при сопоставлении с английским, можно назвать следующие:

- достаточно близкая дистанция общения;
- незначительное личное пространство и допустимость его нарушения;
- использование тактильной коммуникации;
- более активная жестикуляция;
- более интенсивная и выразительная мимика;
- открытое проявление эмоций;
- бытовая неулыбчивость.

В результате можно говорить о таких доминантных чертах невербальной коммуникации, как *дистантность* и *сдержанность* у англичан и *контактность* и *большая свобода действий* у русских.

**Коммуникативные правила**, которые можно порекомендовать тем, кто при общении с англичанами *хочет* в большей степени соответствовать их стилю коммуникации, следующие:

- Соблюдайте дистанцию: не приближайтесь близко к собеседнику.



• Будьте внимательны не только к тем, кто находится в непосредственной близости, но и дальше, т. е., расширяйте радиус, при котором следует обращать внимание на окружающих.

- Будьте сдержанны в поведении.
- Ограничивайте жестикуляцию.
- Избегайте тактильных контактов.
- Не протягивайте руку для пожатия при каждой встрече.
- Контролируйте эмоции.
- Не перебивайте собеседника.
- Соблюдайте поочередность реплик.
- Демонстрируйте хорошее настроение — улыбайтесь!

## 1.5. Эмоции в культуре, языке и коммуникации

### 1.5.1. Универсальность и специфичность проявления эмоций в разных культурах

Испытывать эмоции свойственно всем людям, независимо от их языка и национальной принадлежности, однако их проявление, значение, направленность имеют свою культурную специфику, что находит отражение в языке и речи [см. Бабенко 1989; Будянская; Мягкова 2002; Писанова 1997; Покровская 1998; Горошко 1999; Жура 2000; Красавский 2001; Мягкова 2000; Озюменко 2005, 2007; Шагаль 2001; Шаховский 1987, 1996, 2008; Фесенко 2003; Mesquita, Frijda 1991; Solomon 1995; Lutz, Abu-Lughod 1990; Lewis, Naviland 1993; Wierzbicka 1999 и др.]. Доля эмоционального и рационального у различных народов варьируется. Варьируются и сами эмоции, а также предпосылки, вызывающие их. Учеными доказано, что одна и та же ситуация или событие необязательно вызывают одинаковые эмоции у представителей разных культур. Так, например, проблемы во взаимоотношениях вызывают больше печали у японцев, чем у европейцев, а ситуации успеха, напротив, больше радости у европейцев, чем у японцев.

При изучении национально-культурных особенностей коммуникации особого внимания заслуживает вопрос не только о том, какие эмоции испытывают представители различных культур в тех или иных ситуациях, в чем, безусловно, прослеживается много общего, но, прежде всего, как они их проявляют. Неслучайно проявление эмо-

ций исследователи относят к одному из важнейших различий между культурами [Trompenaars 1993].

Данные различия находят яркое отражение в языке и в коммуникации. Эмоции могут различаться степенью экспрессивности, направленностью, значением, разными целевыми установками и т. д. У каждого народа существуют свои культурно обусловленные правила проявления эмоций. У одних приветствуется свободное проявление эмоций (арабы, латиноамериканцы), другие ценят сдержанность и самоконтроль (финны, эстонцы, англичане, в еще большей степени — китайцы и японцы). При этом в культурах коллективистского типа, для которых характерно противопоставление «свой — чужой», показ негативных эмоций более допустим среди «чужих»; в индивидуалистических культурах, где такого противопоставления нет и в целом наблюдается более ровное поведение, проявление отрицательных эмоций возможно только среди близких.

Игнорирование культурно обусловленных различий в проявлении эмоций может привести к серьезному непониманию при межкультурном общении. Известный американский антрополог Гари Триандис в своей книге «Culture and Social Behavior» [Triandis 1994] приводит пример того, как непонимание национально-культурных особенностей поведения, относящихся к эмоциональной сфере, стали причиной неудачи переговоров по урегулированию ирано-иракского конфликта 1991 года. Так он об этом пишет.

9.01.1991 министр иностранных дел Ирака Тарик Азиз и госсекретарь США Джеймс Бейкер встретились в Женеве, чтобы в последний раз попытаться найти компромисс и избежать войны. Рядом с Азизом сидел брат иракского президента Саддам Хусейн. Бейкер в ходе переговоров использовал только вербальный канал коммуникации, не учитывая особенностей использования паралингвистических средств коммуникации в арабской культуре. Он четко и ясно заявил, что США атакуют Ирак, если тот не выведет свои войска из Кувейта. Однако члены иракской делегации больше внимания уделили не тому, что он сказал, а тому, как это было сказано, и пришли к выводу о том, что американцы своей угрозы не реализуют. В Багдад было передано следующее: “The Americans will not attack. They are weak. They are calm. They are not angry. They are only talking” (букв. «Американцы атаковать не будут. Они слабы. Они спокойны. Они не сердиты. Они только говорят»). Через 6 дней американцы начали операцию *Буря в пустыне*, унесшую жизни 175.000 человек [Triandis 1994: 30].

Анализируя причины этого непонимания, Г. Триандис отмечает, что, как было сказано, Бейкер использовал исключительно лингвистические средства коммуникации, игнорируя паралингвистические средства (жесты, тональность громкость голоса и др.), играющие важную роль во многих культурах, в том числе и в арабской. Исходя из арабской традиции, для выражения серьезного намерения одного лишь умеренного заявления было недостаточно. Чтобы подобное заявление было воспринято всерьез, Бейкеру, по мнению Г. Триандиса, следовало придать силу звучания своему заявлению и прибегнуть к преувеличению, сказать что-нибудь вроде *If you attack, you will face the mother of all battles*, потом добавить *We are going to make hamburgers out of you!*, со злостью ударить по столу, свирепо посмотреть на Азиза и запустить в него телефонной книгой [там же]. Таким образом, возможность мирного урегулирования конфликта была упущена из-за того, что ни одна из сторон не имела достаточных знаний об этнопсихологии.

Со времени описанного конфликта в мире произошло много других трагических событий. Кто знает, может, и среди вызвавших их причин лежало непонимание культурных различий. Во всяком случае, в повседневном межличностном общении подобное непонимание происходит регулярно.

В описанном выше примере, возможно, и содержится некоторая доля преувеличения, однако известно, что арабский стиль коммуникации отличается экспрессивностью и эмоциональностью, которая часто ставит иностранцев в замешательство и вызывает дискомфорт. Для арабов важнее не то, ЧТО говорится, а КАК это говорится, то есть в первую очередь важна форма, а не содержание. В. Э. Шагаль в своей замечательной книге, посвященной культуре арабского мира и особенностям коммуникативного поведения арабов [Шагаль 2001] по этому поводу пишет, что арабы любят много рассуждать, разглагольствовать, часто повторять ранее высказанные мысли, возбудившись, они порой начинают даже кричать, прибегают к разного рода жестам, сложным словесным приемам, насыщают свою речь заклинаниями, клятвами, очень любят прибегать к преувеличениям, к тому, что сказано ровным, спокойным тоном, они относятся с удивлением и недоверием [Шагаль 2001: 253–254].

В китайской культуре, национальную специфику которой определяет учение о Среднем пути, или учение о «золотой середине», напротив, важную роль играет умение сдерживать проявление эмо-

ций, не допускать крайностей, чтобы тем самым не нарушить гармонию. Согласно древнекитайской философии, «когда не проявляют удовольствия, гнева, печали и радости, это называется <состоянием> середины»; «когда их проявляют в надлежащей степени, это называется <состоянием> гармонии»; «когда удастся достигнуть <состояния> середины и гармонии, в природе устанавливается порядок и все сущее расцветает» [Древнекитайская философия 1973, цит по: Тань Аошуан 2004: 107]. В ценностной системе «пути середины» именно нормы, «середина», а не крайности имеют положительные значения на шкале аксиологии (подробнее см. [Тань Аошуан 2004]).

В английской культуре эмоциональная сдержанность и самоконтроль также являются важнейшими особенностями поведения, вызывающими уважение и симпатию окружающих, неотъемлемыми составляющими понятия *Englishness* («английскость»). Множество свидетельств этому встречается в художественной литературе. Так, для героини романа Джейн Ашер эмоциональная сдержанность мужа, умение скрыть самые сильные чувства под внешним спокойствием оказались наиболее привлекательными чертами:

His Englishness, his emotional restraint — at that time enough to make some doubt that feelings of any strength lurked under the dignified, correct exterior — attracted Juliet by its appearance of calmness and solidity (J. Asher).

В романе Дженни Колган тридцатилетний мужчина со стыдом вспоминает, как в восьмилетнем возрасте он заплакал, когда после укуса собаки ему делали укол:

‘Anyway, I have done much worse things.’

‘Like what?’

‘I don’t know... what about time I got bitten by a dog?’

‘Ehm, you know what, Josh? I don’t think that really embarrassed the dog. So it does NOT compare.’

‘Yes, but I cried when I got my tetanus shot.’

‘You must have been about eight years old.’

‘Still embarrassing, though’ (J. Colgan).

Открытое проявление чувств, особенно негативных, в английской культуре не приветствуется, подобное поведение считается свидетельством недостаточной зрелости, невоспитанности человека, ставит окружающих в неловкое положение. Довелось быть свидетелем того, как в 1998 году гиды в Лондоне, рассказывая туристам о похоронах принцессы Дианы, с большой гордостью отмечали, что

ее дети, юные принцы, не проронили ни слезинки, показав, что они настоящие англичане. В русской культуре такое поведение могло бы быть расценено как черствость и бессердечность и вызвать осуждение<sup>9</sup>.

Английская культура предписывает быть сдержанным не только в обществе, но и в семье. А. Вежбицкая приводит интересный пример, в котором показана реакция пасынков в ответ на попытки отчима поговорить с ними о его горе в связи со смертью его жены и их матери: на их лицах было не горе, не любовь, не сожаление, а смущение, будто тот совершал что-то неприличное, и им очень хотелось, чтобы он прекратил:

...there appears on their faces neither grief, nor love, nor fear, nor pity, but the most fatal of all non-conductors, embarrassment. They look as if I were committing an indecency. They are longing for me to stop [Lewis 1989, цит. по Wierzbicka 1999: 114].

Эмоциональная сдержанность англичан касается не только отрицательных, но и положительных эмоций и распространяется на все сферы общения, включая и такую интимную, как отношения родителей и детей, на которую, казалось бы, правила, ограничивающие проявление эмоций, не должны распространяться. В уже цитированном романе Джейн Ашер мать тридцатилетней дочери говорит подруге о своей любви к дочери, стесняясь открытого проявления чувств; сожалея об отсутствии близости, она объясняет это не личными причинами, а тем, что так было принято:

I think I could be closer to her. She's all I've got — oh, dear, that sounds like something from a book, doesn't it? But she really is. Since her father died. I do love her so very much. I always have. But I'm not very good at showing it. The trouble is we didn't really show emotion much in my day; that may sound like a cliché but it's absolutely true. I was encouraged not to, in fact. Do you think it is too late? (J. Asher)

А. В. Павловская в книге «Англия и англичане» пишет о знаменитой английской сдержанности, стремлении скрыть эмоции, сохра-

<sup>9</sup> На данное культурное различие между русскими и американцами обращает внимание Линн Виссон, которая пишет, что американцы даже на похоронах близких обычно не плачут, стараясь не показывать печаль, и если им это удается, они ставят это себе в заслугу [Виссон 2003: 181]. Жена президента США Хиллари Клинтон улыбалась фотографам на траурной церемонии похорон принцессы Дианы [Тер-Минасова 2000: 190].

нить лицо как о важнейшей черте английского национального характера, которая выделяет англичан среди других народов:

Сдержанность, контроль над своими чувствами, часто принимаемый за простую холодность, — таковы жизненные принципы этого маленького, но очень гордого народа. В тех случаях, когда представитель сентиментальной латинской расы или душевной славянской будет рыдать слезами восхищения или умиления, англичанин скажет “lovely” («мило»), и это будет равноценно по силе проявленных чувств [Павловская 2004: 237].

М. Любимов отмечает, что сдержанность, наряду с недоговоренностью, то есть *reserve* и *understatement*, накладывают отпечаток абсолютно на все черты английского национального характера:

...они — словно некое вязкое вещество, склеивающее воедино отдельные элементы характера, куда ни ткнишь — всюду немного резервации, всюду немного выдержки, как в хорошем вине. И патриотизм, и ненависть, и практичность, и божество, и вдохновенье, и смех, и слезы, и любовь — все окрашено сдержанными тонами [Любимов 2004: 233].

Далее он с юмором отмечает:

Услышав о страшном землетрясении, англичанин не выпучит глаза, не раскроет рот от удивления и тем более не начнет рвать на себе волосы. Скорее всего, он заметит: «Неужели это действительно так? Неприятная история, правда?» [Любимов 2004: 248].

Английская сдержанность как важнейшая черта национального характера и ее восприятие русскими заслуживают отдельного рассмотрения, поскольку для успешной межкультурной коммуникации чрезвычайно важно правильное *восприятие* собеседниками друг друга, установление взаимной симпатии. Процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения. В социальной психологии используется еще один термин — *познание* другого, что означает восприятие не только физических характеристик объекта, но и поведенческих его характеристик, формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т. д. [см. Андреева 2000: 119]. В процессе общения люди не просто воспринимают друг друга, но и формируют друг по отношению к другу определенные отношения. Чтобы эти отношения были свободны от стереотипов и предубеждений, необходимо как адекватное понимание ситуации общения, так и адекватное понимание действий собеседника в ней.

### 1.5.2. Английская сдержанность и русская эмоциональность

Авторы книги «Эти странные англичане» с легким юмором отмечают, что английских детей буквально с рождения учат «не проявлять своих истинных чувств, то есть попросту лицемерить, и подавлять любую несдержанность, дабы случайно кого-нибудь не обидеть», «внешний вид, видимость приличия — вот что для англичанина важнее всего» [Майол, Милстед 2001: 12]. Наилучшее поведение в любых обстоятельствах, по мнению авторов, — «изображать томное безразличие ко всему на свете, хотя в душе у вас в этот момент могут прямо-таки кипеть страсти» [там же: 15].

Эти страсти, однако, не всегда удается подавить внешне бесстрастным англичанам, примером чему являются яростные разборки автомобилистов, наводящее ужас на окружающих поведение футбольных фанатов, безудержное веселье английской молодежи в курортных городах Европы.

Рассуждая о противоречиях английского национального характера, следует вспомнить тот факт, что англичане шекспировского времени были очень агрессивными людьми. Удивляясь тому, как нация пиратов и забияк превратилась за триста-четырееста лет в общество дружелюбных и законопослушных граждан, для которых слово *gentle* стало важной характеристикой поведения, В. И. Карасик приводит мнение Дж. Горера [Gorer 1955], полагающего, что национальный характер англичан принципиально не изменился, но агрессивность получила своеобразные каналы для выхода — спорт, совестливость (критика, направленная в свой адрес) и юмор [Карасик 2002б: 110]. Кроме того, как отмечает автор, для агрессивности были установлены социально приемлемые ограничения: законодательство (были специально приняты соответствующие законы и созданы социальные институты, как например, Королевское общество по предупреждению жестокости к животным, созданное в 1824 г., любопытно, что Национальное общество по предупреждению жестокости к детям было создано на 65 лет позже!), уважаемая обществом полиция и экономическое стимулирование развития среднего класса, который стал гарантом стабильности в стране [там же].

Наряду с сублимированной агрессивностью среди черт английского национального характера Дж. Горер также называет высокий самоконтроль эмоций: по результатам проведенного им исследова-

ния, англичане более всего гордятся своей предупредительностью, вниманием к другим (*consideration for others*) и осуждают прежде всего вспыльчивость, несдержанность [Gorer 1955, цит по: Карасик 2002б: 110–111]. В английской культуре умение владеть собой свидетельствует об эмоциональной зрелости.

В русской культуре, напротив, приветствуется свободное проявление эмоций, особенно положительных. Такие черты, как романтизм, чувствительность и импульсивность, оцениваются позитивно. Данные различия приводят к неоднозначному восприятию друг друга англичанами и русскими, затрудняют понимание, мешают общению.

Набоков, который любил англичан и долго их наблюдал, так писал о различиях между англичанами и русскими:

Между ними и нами, русскими, — некая стена стеклянная; у них свой мир, круглый и твердый, похожий на тщательно расцвеченный глобус. В их душе нет того вдохновенного вихря, биения, сияния, плясового неистовства, той злобы и нежности, которые заводят нас бог знает в какие небеса и бездны; у нас бывают минуты, когда облака на плечо, море по колено, — гуляй душа! Для англичанина это непонятно, ново, пожалуй, заманчиво. Если, напившись, он и буянит, то буянство его шаблонно и благодушно, и, глядя на него, только улыбаются блюстители порядка, зная, что известной черты он не переступит. А с другой стороны, никогда самый разымчивый хмель не заставит его расчувствоваться, оголить грудь, хлопнуть шапку оземь... Во всякое время — откровенности коробят его (цит. по: [Любимов 2004: 153]).

Другими словами, но по сути о том же пишет В. Овчинников:

Русское мое сердце любит изливаться в искренних, живых разговорах, любит игру глаз, скорые перемены лица, выразительное движение руки. Англичанин молчалив, равнодушен, говорит, как читает, не обнаруживая никогда быстрых душевных стремлений [Овчинников 1986: 347].

Можно встретить и весьма категоричные оценки данных различий. Прожив в Лондоне несколько месяцев, два наших молодых современника дали англичанам следующую характеристику:

За эти месяцы я нашел ответ на вопрос, который терзает европейцев со времен еще белоэмиграции. Вопрос о таинственной русской душе. Отгадка здесь проста — у русских просто есть душа. А у англичанина — нет. То есть таинственность русской души заключается в самом факте ее наличия. То место, которое у среднестатистического россиянина занимает душа, у среднестатистического кокни занимает небольшой кальку-



лятор по подсчету зарплаты, в крайнем случае — турнирная таблица Кубка УЕФА [Сакин, Спаркер 2002: 176].

Подобные оценки при восприятии представителей иной культуры возникают из-за различий в нормах и ожиданиях в отношении того, когда и как следует проявлять или не проявлять эмоции. При этом, с нашей точки зрения, было бы не совсем верно говорить об одном народе как об эмоциональном, о другом — как о холодном и равнодушном, поскольку связь между проявлением эмоций и чувствами, испытываемыми при этом, не всегда прямая и однозначная. Наглядным примером этому является английская улыбка, о которой будет сказано отдельно.

Дж. Паксман в своей книге “The English: A Portrait of a People” [Paxman 1999] называет стоицизм и умение владеть собой чертами, присущими истинному англичанину. Он рассказывает подлинный случай о поразительном самообладании отца, встречавшего на вокзале своего единственного сына, который вернулся с войны изуродованным калеккой. Стоицизм отца поражает и вызывает уважение, но «кто знает, сколько слез он пролил позже наедине с самим собой?» — спрашивает автор. Вот как он об этом пишет:

‘When, at last, the crippled form of the son let itself down from the train, all that happened was the odd, unembarrassing clutch of left hand to extended right — a hurried, shuffling shake, and Major H said: “Hullo, Bob!” his son, “Hullo, Governor!” — And nothing more’. Who knows what private tears the major may have wept later. But in public, all was stoicism... Worthy of wonder and worthy of respect, too [J. Paxman 1999: 181].

О том, что в английском обществе, где ценятся эмоциональная сдержанность и самоконтроль, открытое проявление эмоций общественно осуждается, свидетельствуют и языковые факты. Слово *emotional* (эмоциональный), наряду с *effusive* (экспансивный), *demonstrative* (несдержанный), *excitable* (легко возбудимый) имеют в английском языке отрицательные коннотации (*Stop behaving so emotionally! / Her effusive welcome made us feel most uncomfortable*<sup>10</sup>), а под словом *эмоциональность* (*emotionalism*) понимается чрезмерное проявление эмоций, состояние, в котором человек теряет контроль над ними (любопытно, что для характеристики пьяного человека в английском языке

<sup>10</sup> Примеры взяты из словаря Longman Dictionary of English Language and Culture, где слова *effusive* (showing too much feeling) и *excitable* (easily excited) приводятся с пометой *derog* (уничижительно).

ке существует забавная идиома — *tired and emotional*, что в буквальном переводе означает *уставший и эмоциональный*). В то же время прилагательное *dispassionate* (спокойный, хладнокровный, бесстрастный) оценивается положительно [Вежбицкая 1999: 545].

А. Вежбицкая отмечает по этому поводу, что в английском слове *emotional* (эмоциональный), которое содержит отрицательную оценку, скрыта некая идеология, согласно которой проявлять неконтролируемые эмоции является отклонением от норм поведения, и даже когда оно употреблено в толерантной тональности, в нем все же есть указание на то, что за проявление эмоций, потерю контроля над ними, следует принести извинение. Слов, аналогичных английскому слову *emotional*, по мнению исследовательницы, нет ни в немецком, ни во французском, ни в итальянском, ни в русском языках:

...there is a certain unconscious “ideology” written into English word emotional — an “ideology” which assumes that showing feelings over which one has no control is a departure from “normal” behaviour. The word had pejorative overtones, and even when it is used in a “tolerant” tone it still implies that there is something there “in the emotional outburst”, which needs to be excused (the loss of “control” over one’s feelings and over their display). There are no words analogous to emotional in German, French, Italian, or Russian [Wierzbicka 1999: 19].

Пример, являющийся иллюстрацией этих слов, находим все в том же романе Джейн Ашер. Пациентка клиники приносит извинение медсестре за свое поведение перед сложным медицинским обследованием:

‘I’m so sorry. I seem to have got a bit panicky.’

‘That’s quite understandable, dear. Everyone gets a bit emotional about it. It’s not easy, we all know that’ (J. Asher).

Еще одним ярким примером является отрывок из рассказа Мозма “The Alien Corn”, где герой рассказа, еврей по национальности, всю жизнь стремившийся стать настоящим англичанином, огорченный словами своего сына, не сдержал эмоций и заплакал, что никак не соответствовало ни поведению члена парламента, коим он являлся, ни поведению добропорядочного английского джентльмена. Интересна оценка, которую дает автор этому проявлению чувств:

Then a very dreadful thing happened. Freddy suddenly burst into tears. I’m afraid he did not behave very much like Sir Adolphus Bland. Bart. M.P.,

and the good old English gentleman he so much wanted to be, but like emotional Adolf Bleikogel who loved his son and wept with mortification because his great hopes he had set on him were brought to nothing and the ambition of his life was frustrated (S. Maugham).

В этом же рассказе сын героя, всю жизнь проживший в Англии, объясняет свое нежелание реализовать амбиции отца и приводит интересные аргументы, почему он не хочет отказываться от своей национальности и становиться английским джентльменом. Главной причиной является то, что в английском обществе, как он говорит, человек не свободен, он не может быть самим собой, он должен постоянно играть роль, быть сдержанным, строго следовать нормам и предписаниям, и больше всего в жизни он боится их нарушить, в то время как среди евреев он может вести себя свободно и оставаться самим собой:

‘...I’ve taken the make-up off and my stage clothes and at last I can be myself too. What a relief! You know I don’t like English people. I never really know where I am with you. You’re so dull and conventional. You never let yourselves go. There’s no freedom in you, freedom of the soul, and you are such funks. There’s nothing in the world you’re so frightened of as doing the wrong thing.’

‘Don’t forget you’re English yourself, George,’ I murmured.

He laughed.

‘I? I’m not English. I haven’t got a drop of English blood in me. I’m a Jew... I don’t want to be English. I want to be a Jew. My friends are Jews. You don’t know how much more easy I feel with them. I can be myself...’ (S. Maugham).

В межкультурном общении различия в проявлении эмоций вызывают трудности, создают барьеры, являются причиной многих стереотипов. А. В. Павловская отмечает, что «английская сдержанность и нежелание показывать свои чувства вызывают наибольшее непонимание, а порой осуждение окружающих, как эмоциональных представителей романского мира, так и чувствительных — мира славянского, даже немцы отличаются хотя бы сентиментальностью» [Павловская 2004: 238]. В глазах представителей многих других культур, в том числе русской, англичане представляются холодными, чрезмерно сдержанными, их поведение часто расценивается как высокомерие, снобизм и равнодушие. Хорошо известно выражение *stiff upper lip*, которое часто употребляется для указания на чопорность, надменность англичан и имеет отрицательную коннотацию, однако, как

свидетельствуют словари, оно означает способность сохранять спокойствие, не показывать своих чувств в сложных и неприятных ситуациях — “a quality of remaining calm and not letting other people see what you are really feeling in a difficult or unpleasant situation” — *Through all these tragedies he kept a stiff upper lip* [MED]; *British people are taught to keep a stiff upper lip and show no emotion* [LDELС].

Такое поведение не является случайным, оно находит объяснение в особенностях английской культуры. Исследователи указывают на взаимосвязь ограничений на свободное выражение эмоций с соблюдением дистанции, недопустимостью физического контакта, строгими предписаниями речевого этикета [Goddard, Wierzbicka 1997: 254]. То есть, если для какого-то общества характерно соблюдение дистанции, то следует ожидать того, что в нем не приветствуется свободное выражение эмоций, и наоборот, чем меньше дистанция, тем менее строгими являются нормы речевого этикета, тем более свободным и экспрессивным является и невербальное поведение людей.

Подобную мысль высказывает также В. И. Карасик, отмечая, что «...выставлять напоказ проявление интимных чувств могут лишь те люди, которые привыкли жить в тесном коллективе» [Карасик 2002б: 112]. Думается, это касается не только интимных чувств. Данное утверждение можно представить в более обобщенном виде: чем меньше дистанция между собеседниками, тем более свободны они в выражении эмоций, чем больше дистанция — тем больше существует ограничений в эмоциональном (и не только) поведении людей.

Таким образом, степень эмоциональной открытости напрямую связана с типом культуры, и здесь мы опять наблюдаем роль дистанции в поведении людей: в большей степени она характерна для культур с меньшей дистанцией, в меньшей степени — для культур с большей дистанцией, что мы и видим на примере английского и русского поведения.

Помимо дистанции, здесь также уместно вспомнить о таком параметре культур, как отношение (допустимость/недопустимость или терпимость/нетерпимость) к неопределенности, который Г. Хофштеде назвал среди важнейших параметров измерения культур. Свободное проявление эмоций является одной из характеристик культур, не любящих неопределенность и избегающих ее (*strong uncertainty avoidance cultures*), эмоциональная сдержанность характерна для культур, терпимых к неопределенности (*weak uncertainty avoidance cultures*) [Hofstede 1991: 125].

Различия в проявлении эмоций находят отражение на всех уровнях языка — в лексике, в грамматике, фразеологии, в речевых формулах, в особенностях построения дискурса, в интонации, в использовании сквернословия и даже в знаках препинания (в английском языке, например, восклицательный знак употребляется гораздо реже, чем в русском).

Для иллюстрации приведем несколько выразительных примеров, на которые уже обращалось внимание исследователей (см. подробно [Вежбицкая 1999: 527–546]). На уровне лексической системы об открытости в проявлении эмоций в русской культуре и эмоциональной сдержанности в английской, по наблюдениям А. Вежбицкой, свидетельствует, в частности, тот факт, что в английском языке отсутствует слово, аналогичное русскому *хохотать*, которое означает *смеяться самозабвенно, не сдерживаясь, в свое удовольствие*; при этом существуют слова, обозначающие другие разновидности смеха: *chuckle* (смешок, фыркнуть от смеха), *giggle* (хихиканье, хихикнуть), *cackle* (хохоток, хихиканье, кудахтать от смеха). Все три английские слова *giggle*, *chuckle* и *cackle* подразумевают нечто меньшее, чем *смех от всего сердца*, при этом два последних слова — *chuckle* и *cackle*, обозначающие сознательные и контролируемые действия, не имеют аналогов в русском языке. В качестве эквивалента к слову *хохот* иногда в русско-английских словарях приводится слово *guffaw* (гоготать, ржать), которое в отличие от *хохот* и *хохотать* не является общеупотребительным словом, а его семантика отражает неодобрение несдержанного громкого смеха.

Другой пример: русское слово *слезы* используется для указания на внешнее выражение эмоций значительно шире, чем его английский аналог *tears*, и имеет более широкий диапазон сочетаемости. Русские выражения, обозначающие плач, включают: *лить слезы*, *проливать слезы*, *заливаться слезами*, *обливаться слезами*. В английском языке существует только одно выражение, сопоставимое с ними — *to dissolve in tears* (букв. растворить в слезах), но даже ему присущ несколько иронический или дистанцирующий тон, и его нельзя употреблять по отношению к продолжающейся деятельности [Вежбицкая 1999: 531].

Русские словосочетания со словом *сердце* также ярко иллюстрируют бесконтрольное проявление эмоций, которым дается полная власть. Для английского выражения *N's heart skips a beat* (*Сердце у N скачет*), помимо близкого ему *У N екает сердце*, в русском языке

можно найти несколько более драматичных аналогов: *сердце замирает, сердце сжалось, сердце упало, сердце оборвалось, сердце ушло в пятки*. Аналогами выражения *N's heart is pounding* (У N сердце колотится) могут быть *сердце колотится, сердце бьется, сердце готово выскочить из груди*. Ср. также *сердце ноет / щемит / рвется* (или *разрывается*) *на части / обливается кровью* и *N's heart aches, N's heart bleeds* (букв. кровоточит) (последнее часто иронически обозначает сострадание, не обязательно подлинное) [Вежбицкая 1999: 542].

Поскольку русские в большей степени склонны к выражению эмоций, в то время как для англичан, как отмечают исследователи, характерно более рациональное отношение к действительности (см. [Riabtseva 2001]), русский язык оказался более приспособленным для выражения различных чувств и их оттенков, причем как положительных, так и отрицательных. Он предлагает больше разнообразных средств выражения эмоций. Ср.: в английском языке — *sad*, в русском — *грустный* и *печальный*, в английском — *sadness*, в русском — *грусть, печаль, тоска*. Различна и частотность использования слов, называющих эмоции. Так, частотность русских слов, обозначающих «гневоподобные» эмоции в 3 раза выше, чем в английском, что согласуется с общим положением, согласно которому эмоции в целом шире представлены в русской речи, нежели в английской [Вежбицкая 1999: 521].

Важным различием в двух языковых системах является тот факт, что в русском языке существует большое количество активных глаголов, выражающих эмоции, в то время как в английском эмоции представлены не в виде действий, а в виде состояний. Ср.: *грустить, тосковать, печалиться* — *to be sad*, *сердиться* — *to be angry*, *раздражаться* — *to be irritated*, *радоваться* — *to be happy* и т. д.<sup>11</sup> Немногие из сохранившихся в английском языке глаголов, выражающих эмоции, имеют, как отмечает А. Вежбицкая, уничижительные либо юмористические коннотации, в качестве примеров, она приводит глаголы *fume* (волноваться, раздражаться, кипеть от злости), *fret* (раздражаться, беспокоиться), *sulk* (дуться, быть сердитым, мрачным), *pine* (томиться, изнывать, тосковать), *enthuse* (восторгаться, проявлять энтузиазм), *rage* (беситься от злости, неистовствовать) [Wierzbicka 1999: 34] (перевод глаголов по [НБАРС]).

<sup>11</sup> Глагол *rejoice*, иногда приводимый в русско-английских словарях, является устаревшим.

Русский язык, помимо богатой лексики, называющей различные эмоциональные состояния, обладает разнообразными суффиксальными средствами, позволяющими передавать эмоции и отношения (*дом — домик, домишко, домина; рука — ручка, ручонка, рученька, ручища; друг — дружок, дружочек, дружище; Маша — Машенька, Машуня, Машутка, Машуточка, Манечка, Маняша, Машка, Манька* и т. д.).

Что касается различий в проявлении эмоций на коммуникативном уровне, то здесь следует особо подчеркнуть, что эмоции в английской и русской культурах имеют разную направленность. В английском общении собеседники в большей степени фокусируют свое внимание на чувствах других. Интересный пример приводят в этой связи авторы англо-русского словаря синонимов: *'You're not too gay today', she accused him. 'And it's not very polite to Judith; we're all in such festive mood at home'* (R. Ayres) «Вы сегодня не слишком веселы, — сказала она ему с осуждением, — это не очень любезно по отношению к Джудит: у всех в семье сегодня такое праздничное настроение» [АРСС 1999: 323]. Другими словами, вести себя в соответствии со своим внутренним состоянием, не разделяя общего праздничного настроения, не принимая во внимание чувства окружающих, является нарушением норм вежливого поведения.

Еще один забавный пример английской сдержанности из цитированной уже книги Михаила Любимова, где он описывает поведение остановившего его на дороге полицейского:

Навеки запуганный московскими гаишниками, я суетливо выскочил из машины и сервильно заглянул полицейскому в глаза: что же я, извините, нарушил? «Бобби» снисходительно улыбнулся: «Извините, сэр, была бы неплохая идея, если бы вы, сэр, включили фары». Как вам нравится это сослагательное наклонение? Это не просто вежливость (уверен, что он кипел от гнева) (разрядка моя. — Т. Л.), это выдержка, недоговоренность — гордость английского характера [Любимов 2004: 247].

Какие бы сильные эмоции ни кипели в душе, внешне этого никто не должен видеть, человек должен сохранять спокойствие, не терять самоконтроль, быть вежливым, приятным и обходительным. Еще одна иллюстрация — *They were privately furious about it* [MED] (*В глубине души они негодовали по этому поводу*).

А. Вежбицкая формулирует следующие скрипты относительно выражения эмоций в двух культурах: в русской культуре — хорошо, когда другие люди знают, что ты чувствуешь (*'it is good if other people*

*know what a person feels'*) [Wierzbicka 1999: 237], в английской культуре необходимо быть внимательным к другому, стараться вызывать хорошие чувства у другого (*'one should try to make the other person feel something good'*) [Wierzbicka 1999: 254]. При этом свободное выражение эмоций в русской культуре исследовательница называет одной из русских культурных ценностей.

Таким образом, можно заключить, что *сдержанность* в английской культуре (умение владеть собой, самоконтроль, ориентированность на других) и *эмоциональность* в русской (сердечность, открытость, теплота, импульсивность) являются важнейшими чертами характера двух народов, их ценностями и, если посмотреть с позиций коммуникации, важнейшими особенностями национальных стилей коммуникативного поведения, которые необходимо учитывать при межкультурном общении.

### 1.5.3. Еще раз об улыбке

Учет вышѐизложенных фактов, свидетельствующих об английской сдержанности и русской эмоциональности, не гарантирует снятия барьеров и адекватного восприятия друг друга представителями двух культур. В межкультурном общении англичан и русских наблюдается ряд противоречий. Одно из них — «сдержанные англичане» в процессе коммуникации постоянно улыбаются, в то время как «эмоциональные русские» часто хмурые и неулыбчивые. Если исходить из сказанного выше, все должно быть наоборот.

Улыбка, на национальный характер которой обращали внимание многие исследователи [см. Kraut, Johnston 1979; Janney, Arndt 1992; Triandis 1994; Ekman, Rosenberg 1997; Тер-Минасова 2000; 2007; Стернин 1992; Яновская 2002; Токарева 2007 и др.], является интересным и наглядным примером того, как демонстрируемые эмоции и испытываемые при этом чувства, как уже отмечалось выше, не всегда совпадают.

Общепризнанно, что в наибольшей степени улыбка характерна для жителей США, где она представляет собой неотъемлемый атрибут коммуникации — знак успешности и благополучия. Как пишет В. Г. Крысько, «начальник должен показывать подчиненным, а подчиненные — клиентам, покупателям, что все идет хорошо. Быть угрюмым — все равно что быть грязно одетым. ... они приучены улыбаться, и это им нетрудно делать» [Крысько 2002: 276].



Сравнивая английскую и русскую улыбки, С. Г. Тер-Минасова отмечает, что в англоязычном мире улыбка — это не только биологическая реакция на положительные эмоции, но и формальный знак культуры, не имеющий ничего общего с искренним расположением к тому, кому ты улыбаешься; это знак того, что у вас нет агрессивных намерений, способ формальной демонстрации окружающим своей принадлежности к данной культуре, к данному обществу [Тер-Минасова 2000: 189–190]. Говоря о разных типах улыбок — формальной, коммерческой и искренней, С. Г. Тер-Минасова определяет формальную улыбку как вид приветствия незнакомым людям, попытку обеспечить безопасность в незнакомом месте с незнакомыми людьми [там же: 193]. Такая улыбка несет социальную информацию и выполняет социальную функцию, или функцию общественного взаимодействия. В английской культуре она является обязательным коммуникативным сигналом. Данная особенность английского коммуникативного поведения находит отражение во фразеологии — *A smile opens many doors* (Улыбка открывает многие двери).

Но даже постоянно улыбающиеся англичане не могут не удивляться при виде китайцев и японцев, которые улыбаются, рассказывая о драматических и даже трагических событиях, например о смерти своих близких<sup>12</sup>. Подобная улыбка шокирует, может показаться бесчеловечной, если не понимать ее истинного значения. Улыбаясь, представители этих культур хотят снизить негативное воздействие печального события на собеседника, не огорчать его этим, т. е. она тоже является социально направленной. Часто за улыбкой китайцев и японцев, воспринимаемой европейцами как проявление согласия и удовлетворения, кроются смущение или растерянность, вызванные трудностями в общении. Неверное толкование улыбки приводит к серьезным коммуникативным неудачам, в том числе и в сфере бизнеса. В исследованиях по межкультурной коммуникации имеются примеры того, как американские бизнесмены, проведя, на их взгляд, успешные переговоры с японцами (если улыбались, значит со всем согласны), с удивлением узнавали о внезапном отъезде японской делегации еще до подписания соглашения, так и не поняв того, что улыбка их партнеров означала не удовлетворение, а растерянность.

О том, что в японской культуре улыбка социальна и выполняет в процессе коммуникации различные функции, свидетельствует нали-

<sup>12</sup> Такой эпизод описывается в [Janney and Arndt 1992: 32].

чие множества названий различных типов улыбки в японском языке: *надменная неопределенная улыбка, профессиональная улыбка, социальная улыбка, улыбка, изображаемая для соблюдения благопристойности, довольная улыбка человека в возрасте* и др. [Пронилов, Ладанов 1985].

В России улыбка — это чаще всего выражение естественного, искреннего расположения, симпатии, хорошего отношения к окружающим. Русские люди улыбаются гораздо реже, главным образом, в тех ситуациях, когда они действительно испытывают положительные эмоции, то есть улыбка передает эмоциональную информацию. Как с юмором отмечает В. И. Жельвис, «русский, которому плохо, улыбаться не станет, он хочет, чтобы о его беде знал весь мир; ну, если уж не весь мир, пусть хоть весь микрорайон» [Жельвис 2002: 37].

Многие европейцы, приезжающие в Россию или имеющие опыт общения с русскими, жалуются на «застывшее выражение лица и отводимый в сторону взгляд в общественных местах, среди прохожих на улице, в общественном транспорте, в учреждениях, во время переговоров и бесед» [Леви 2006: 127]. Для объяснения такой поведенческой особенности можно воспользоваться словами А. В. Сергеевой, которая отмечает, что в России улыбка «обязательно должна быть *осмысленной* и иметь *эмоциональные причины*, она обязательно должна *выражать чувства*: сердечность, доверие, дружелюбие и гораздо реже — благодарность. К этикету русская улыбка не имеет никакого отношения» [Сергеева 2004: 93]. Замечание справедливое, хотя в последнее время в поведении русских наблюдаются изменения в лучшую сторону. По примеру политиков и телеведущих русские люди начинают все чаще улыбаться, используя улыбку как этикетный знак расположения к собеседнику, однако в целом в глазах иностранцев мы по-прежнему остаемся угрюмой нацией. Излишняя улыбчивость традиционно воспринимается в русской культуре с подозрением, во многих ситуациях считается неуместной, оценивается как неискренность (*фальшивая улыбка, дежурная улыбка*), навязчивость или даже как свидетельство умственной неполноценности (*Улыбается, как дурачок / Завтра экзамен, а он улыбается*).

В межкультурной коммуникации излишняя, по мнению русских, улыбчивость также часто воспринимается негативно и порой вызывает раздражение. Казалось бы, разве могут не нравиться улыбающиеся лица? Оказывается, могут. Одна русская дама, рассказывая о

впечатлениях о поездке в Лондон, в целом очень положительных, среди того, что ей не понравилось, назвала как раз улыбку: «Как меня раздражало, что они вечно улыбаются. Я даже отворачивалась». Вот такая неожиданная реакция. Как тут не появиться стереотипу о хмурых, мрачных (gloomy, moody) русских?

Пример этот не единичен. В уже упоминавшейся книге о двух русских искателях приключений, отправившихся за ними в Лондон, несколько раз встречаем неодобрительную реакцию на улыбку англичан:

«Мне не очень понравилось работать посудомоем, которого здесь почему-то ласково величают kitchen-porter'ом. Еще мне не понравилось, что на кухне все друг другу улыбаются. Я-то думал, что хоть здесь все люди попроще, Карнеги не читали... Я улыбался только симпатичной шведке-официантке».

«Еще со мной работал один серб, в котором я сразу признал брата по разуму, потому что он не улыбался по поводу и без повода».

«Однажды был поставлен эксперимент. Прошли от начала до конца Оксфорд-Стрит (что-то вроде Тверской в Москве), двигаясь по двум сторонам дороги, и у каждого курящего человека спрашивали сигарету. НЕ ДАЛ НИ ОДИН!!! При том, что англичане такая же курящая нация, как и русские. Т. е. стрельнуть у кого-либо сигарету означает обречь себя на «Soggy, ha-ha, it's the last one» (Извините, ха-ха, последняя) и улыбку в ответочку. Почему просто не отказать? Зачем при этом улыбаться?» (Сакин, Спайкер).

Таким образом, данная коммуникативная особенность и той, и другой стороной воспринимается негативно: чрезмерная, с точки зрения русских, улычивость англичан расценивается ими как неискренность и лицемерие; те же, в свою очередь, воспринимают улычивость русских как недружелюбие и неприветливость.

Даже зная об этих коммуникативных особенностях, перенять их и следовать им далеко не просто, поскольку мы постоянно находимся в плену привычных для нас стереотипов поведения. В книге А. Перри [Perry 2001] "Twelve stories of Russia" (Двенадцать рассказов о России) на протяжении всего повествования с легким юмором описывается, каких трудов стоило американскому учителю, приехавшему в Москву, следовать советам о том, как не привлекать внимания окружающих, содержащимся в буклете его компании, где подчеркивалось: «Главное — не улыбайтесь». Шесть с половиной лет прошло до того момента, когда один русский друг спросил его об обратном —

почему он никогда не улыбается. Ответ прозвучал весьма по-русски: *"I don't know. I mean I've never thought about it. I just smile when I want to, I mean when I have something to smile about"* (Не знаю. Я никогда не думал над этим. Просто я улыбаюсь, когда хочу, когда есть чему улыбаться) [Perry 2001: 242].

В этом и заключается особенность русской улыбки, передающей, чаще всего, эмоции человека, и ее отличие от английской, направленной на окружающих и выполняющей социальную функцию.

#### 1.5.4. «Сдержанные англичане» и «эмоциональные русские»: парадоксы межкультурного общения

Тот факт, что «сдержанные англичане» в процессе коммуникации постоянно улыбаются, в то время как «эмоциональные русские» часто хмурые и не улыбочивые, — не единственный парадокс, наблюдаемый в коммуникативном поведении. Подобное противоречие имеет место и в вербальной коммуникации англичан и русских, где также обнаруживаются различия в проявлении/непроявлении эмоций.

В ряде ситуаций «холодные и сдержанные англичане» в общении демонстрируют удивительную эмоциональность и экспрессивность. Так, например, они часто дают завышенную оценку как собеседнику, так и всему происходящему и наблюдаемому, используя для этого большое количество разнообразных эмоционально нагруженных лексем: *great, excellent, perfect, gorgeous, wonderful, brilliant, superb, fantastic, fabulous, marvelous, divine, ravishing, terrific, delighted, enjoyable* и др.:

*How absolutely marvelous!* (Как абсолютно чудесно!) <sup>13</sup> (в саду у друга).

*That's fabulous. You must be thrilled* (Сказочно. Ты должна быть в восторге) (реакция на хорошую новость).

*You're being extremely kind* (Ты чрезвычайно добра) (благодарность за незначительную помощь).

*I've been desperately worried about you* (Я отчаянно волновалась за тебя) (жена — мужу, поздно приехавшему с работы).

<sup>13</sup> Здесь и в дальнейшем преднамеренно дается буквальный перевод (в этом случае он не выделяется курсивом), с тем чтобы провести контрастный анализ английских и русских высказываний и наиболее наглядно продемонстрировать различия в коммуникативном поведении англичан и русских.

*You are absolutely fantastic. Your speech was brilliant. I really enjoyed that* (Ты абсолютно фантастична. Твоя речь была блестящей. Я насладилась ею) (оценка выступления коллеги).

Подобные преувеличения в меньшей степени характерны для речи русских, которые предпочитают более сдержанный стиль. Ср.: *Ты молодец*. — *You're great* (Ты великолепная), или *You're absolutely fantastic* (Ты абсолютно фантастична), или *You're a star* (Ты звезда); *Мне очень понравился фильм* — *I enjoyed the film* (Я наслаждался фильмом); *Мы рады сообщить вам...* — *We are delighted to inform you...* (Мы в восторге сообщаем вам...) и т. д.

Однако следует иметь в виду, что смысл, передаваемый данными прилагательными в процессе коммуникации, далеко не всегда соответствует их лексическому значению и их не следует понимать буквально, поскольку эмоциональное состояние говорящего, как и высокая оценка действий, качеств адресата может и не отражать подлинных чувств и отношений, что важно понимать в процессе коммуникации. Английские исследователи указывают, что такие прилагательные, как *terrific, great, grand, fantastic* имеют в основном эмотивное значение и представляют собой эмфатические эквиваленты прилагательных *good, nice* — *The weather was terrific. It was great snow* [Leech, Svartvik 1994: 154]. Н. К. Рябцева также отмечает по этому поводу, что *to feel happy* не всегда выражает эмоциональное состояние, это может быть выражение отношения [Riabtseva 2001: 22]. Справедливость этой мысли подтверждают многочисленные примеры:

*'Don't hesitate to get back in touch if you need me. I'll always be happy to see you.'* (J. Asher) (врач — выписывающейся из больницы пациентке).

*Please keep this receipt and we'll be happy to give you an exchange or refund if you change your mind* (на кассовом чеке магазина).

*Would you like some more tea (coffee)? — Thank you. I'm happy* (в гостях) и т. д.

Прилагательное *happy* выступает в данных примерах именно во второй, оценочной, функции и соответствует русским *рад, доволен, удовлетворен*. Соответственно интерпретировать их необходимо именно так:

*I'll be happy to see you.* — Я буду рад вас видеть.

*I'm happy with my cake.* — Я вполне довольна своим тортом (Мне и самой нравится мой торт).

*I am not happy with your behaviour. — Я недовольна твоим поведением.*

*We are unhappy with your service. — Нас не удовлетворяет (нам не нравится) ваше обслуживание.*

В значении *доволен / недоволен* прилагательные *happy / unhappy* используются не только в разговорной, но и в официально-деловой речи (*We are happy with your draft contract* (из делового письма) — *Мы удовлетворены вашим проектом контракта*), в политическом дискурсе (*President Putin is extremely unhappy about NATO missiles to be installed in Eastern Europe* (BBC News) — *Президент Путин крайне недоволен планами НАТО разместить ракеты в восточной Европе*), в учебной литературе (*Often we do this when we want to show that we are unhappy about it* [Hewings 1999: 4] (об особенностях использования времен группы Continuous) — *Мы часто делаем это, когда хотим показать, что мы недовольны этим*).

Интересным примером, подтверждающим данную особенность английского языка и английского стиля коммуникации, является диалог из романа Дж. Ашер, все участники которого (двое молодых людей и девушка) познакомились лишь накануне:

*"How's Adrian?" she asked.*

*"Oh, as well as can be expected," Michael replied. "He sends you his love, of course."*

*"How kind of him to remember me. And please return mine" (J. Archer).*

Высокоэмоциональное и столь значимое для русских слово *любовь (love)* употребляется здесь едва знакомыми людьми и означает всего лишь *привет*.

Таким образом, «сдержанные англичане» не только улыбаются чаще, чем русские, но и на уровне вербальной коммуникации часто ведут себя более эмоционально и экспрессивно. В то же время «эмоциональные русские», которым свойственно открытое, неконтролируемое проявление эмоций, в повседневном общении являются, по сравнению с англичанами, часто более сдержанными: как уже отмечалось, реже улыбаются, не любят преувеличений, не дают завышенных оценок, не доверяют комплиментам.

Чтобы понять данные противоречия, как и вообще особенности проявления эмоций в разных культурах, следует различать такие понятия, как *эмоциональность* и *эмотивность*, *эмоциональная коммуникация* и *эмотивная коммуникация*.

### 1.5.5. Эмоциональность и эмотивность в коммуникации

Для понимания особенностей проявления эмоций в разных культурах важно различать два типа эмоций: эмоции как «относительно короткие эмоциональные состояния с частично неконтролируемыми психобиологическими компонентами и с частично контролируемыми экспрессивными компонентами» [Janney, Arndt 1992]. В первом случае эмоции носят естественный спонтанный характер, являются открытой демонстрацией чувств, и мы имеем дело с э м о ц и о н а л ь н о с т ь ю; во втором проявление эмоций носит преднамеренный характер и представляет собой определенную стратегию коммуникативного поведения, они используются с целью прогнозирования и определения ситуации, а также влияния на поведение других. Такое проявление эмоций предлагается называть э м о т и в н о с т ь ю. Возвращаясь к примеру с улыбкой, можно уточнить, что английская улыбка чаще является эмотивной, в то время как русская — чаще эмоциональной.

Как эмоциональность, так и эмотивность используются в коммуникативных целях, но их направленность и предназначение различны. Эмоциональность как инстинктивное, бессознательное, незапланированное проявление эмоций сфокусирована в большей степени на самом субъекте (это — *эмоции для себя*). Эмотивность как сознательная, запланированная демонстрация эмоций направлена на адресата (это — *эмоции для других*).

Эмоциональность принято рассматривать как психобиологическое явление, связанное с потребностью людей приспособиться к внутренним психическим раздражителям, основной функцией которого является снятие эмоционального напряжения и поддержание психического равновесия [Janney, Arndt 1992: 28]. На наш взгляд, эмоциональность также выполняет определенную коммуникативную функцию, так как несет информацию об эмоциональном состоянии субъекта, о его отношении к речевой ситуации, что во многих случаях является сигналом, подтверждающим правильность понимания полученной информации («я тебя понял и отношусь к услышанному так же, как и ты; мы чувствуем одно и то же»).

Вопрос о том, почему информация об эмоциях субъекта и демонстрация этих эмоций имеет большее значение в одних культурах и меньшее в других, заслуживает специального изучения. Возможно,

это связано с отношением к неопределенности, которая, как отмечалось, считается исследователями одним из важнейших параметров культуры.

К. О. Касьянова, которая развивает упоминавшуюся уже идею Т. Парсонса о конкретном и диффузном типах общения, предложенную им для анализа культур различных типов [Parsons 1953], отмечает, что при интенсивном общении настойчивая демонстрация «теплоты» и различных сопровождающих ее эмоций должна быть утомительна. Ценность «теплоты» должна повышаться с ростом «конкретности» общения: когда люди видятся достаточно редко и взаимодействие их в определенной степени поверхностно, всякая демонстрация эмоций и «отзывчивости» становится необходимой хотя бы для того, чтобы партнеры могли ориентироваться, в каком состоянии находятся их отношения [Касьянова 2003: 288]. Под теплотой и отзывчивостью, взятых в кавычки, автор имеет в виду внешнюю демонстрацию эмоций, за которой не стоят истинные чувства, то есть подчеркивается социальная функция эмоций, точнее их демонстрация. То есть речь здесь идет об эмотивности.

Различие в типах эмоций позволяет выделить два типа коммуникации — эмотивную и эмоциональную. Эмоциональная коммуникация — это спонтанная незапланированная естественная демонстрация эмоций как проявление внутренних эмоциональных состояний, необязательно учитывающая реакцию собеседника или окружающих. Эмотивная коммуникация — это сознательная, контролируемая демонстрация эмоций, которая используется в стратегических целях: воздействие на окружающих, демонстрация лояльности, доброжелательности, предупреждение возможного конфликта, т. е. она выполняет социальную функцию — повлиять на восприятие собеседником ситуации и на ее понимание. Такая антиконфликтная стратегия характерна для ситуаций, в которых собеседников разделяет определенная дистанция. Можно предположить, что именно поэтому она в большей степени характерна для культур, отличающихся максимальной дистантностью.

Примером эмотивной коммуникации на невербальном уровне, как отмечалось, является английская улыбка, на вербальном — широкое использование в речи эмоционально нагруженной лексики. Основное предназначение высказываний с перечисленными суперлативными эмоционально-оценочными лексемами в приведенных выше примерах, типа *That's fabulous / I'm delighted / You're absolutely fan-*



*tastic*, не выражение чувств говорящего, а оказание коммуникативной поддержки его собеседнику. Думается, здесь можно провести параллель и сказать, что английская улыбка, которой англичане щедро одаривают друг друга, проявляется и на вербальном уровне в виде многочисленных оценочных, комплиментарных высказываний, что подтверждает наличие связи между вербальной и невербальной коммуникацией.

Для обозначения единиц эмотивной коммуникации предлагаем использовать термин *ф а т и ч е с к и е э м о т и в ы*, под которыми в данном случае понимаются коммуникативные единицы, содержащие оценочность и ориентированные на адресата с целью оказания на него положительного эмоционального воздействия. В данном случае их можно назвать *п о з и т и в н ы м и ф а т и ч е с к и м и э м о т и в а м и*. В отличие от *э м о т и в о в* в широком плане, которые, по определению исследователей, являются показателями того, что данная единица языка и речи называет не столько предмет, сколько эмоциональное отношение к нему (см. [Шаховский и др. 1998: 51]), *ф а т и ч е с к и е э м о т и в ы* также передают отношение, но имеют при этом ярко выраженную стратегическую направленность: эмоциональная оценка, содержащаяся в них, нацелена на то, чтобы продемонстрировать симпатию, расположенность собеседнику, сделать ему коммуникативный подарок. Именно поэтому их семантика часто расходится с прагматическим значением, что вызывает серьезные сложности в межкультурном общении.

Насколько широко эмоциональные сигналы используются стратегически, то есть в целях эмотивной коммуникации, регулируется культурными и социальными нормами общества. Наши наблюдения показывают, что эмотивность в целом играет большую роль в английской коммуникации, чем в русской. Традиционная английская сдержанность касается эмоциональной коммуникации, но не эмотивной. Коммуникативная эмотивность, напротив, является неотъемлемой составляющей английского общения, одной из доминантных черт английского стиля коммуникации и непосредственно связана с английской вежливостью.

Что касается русской коммуникативной культуры, характеризующейся высокой степенью открытого проявления эмоций, то в ней использование эмоционально нагруженных языковых единиц в стратегических целях незначительно. Как отмечает А. Вежбицкая, согласно русским культурным нормам речи «нехорошо говорить дру-

гому человеку, что ты что-то чувствуешь, если ты этого на самом деле не чувствуешь» [Вежбицкая 2005: 469]. А. В. Сергеева, описывая русские стереотипы поведения, отмечает, что «для русских людей их слова, как и улыбка — достаточно «весомые» вещи, и они их не «тратят на мелочи» формальностей, этикета, вежливости и т. п.» [Сергеева 2004: 86]. Такая манера не является результатом отсутствия правил этикета, но объясняется давними традициями русского архетипа. Ссылаясь на исследование К. Г. Юнга [Юнг 1992], А. В. Сергеева указывает, что среди русских людей преобладает «*интуитивно-чувственный психологический тип*», для которого характерно особое *чувственное восприятие* жизни, сосредоточенность на внутренней (душевной, духовной) жизни [Сергеева 2004: 136–137].

Таким образом, в межкультурной коммуникации важно уметь правильно интерпретировать то или иное проявление эмоций собеседника, давать ему верное толкование. Это касается как вербального, так и невербального общения, между которыми существует определенная взаимосвязь. Понимание эмоций собеседника, особенностей его чувственного и эмоционального восприятия действительности, а также адекватное проявление либо демонстрация собственных эмоций являются важной составляющей межкультурной коммуникативной компетенции, которую В. И. Шаховский называет эмоциональной/эмотивной субкомпетенцией [Шаховский 2008: 289].

Отмеченные различия в проявлении / демонстрации эмоций в английской и русской культурах сказываются на стилях коммуникации. Высказанные соображения, как и результаты проведенного исследования, которые будут приведены далее, позволяют сделать вывод о том, что отличительной особенностью русского коммуникативного стиля является эмоциональность (свободное проявление эмоций) и коммуникативная естественность (веду себя так, как чувствую, говорю то, что чувствую), английского — эмоциональная сдержанность (контроль над проявлением эмоций), но в то же время эмотивность (демонстрирую и говорю то, что приятно собеседнику). Вследствие этого английская фатическая коммуникация является более экспрессивной и выразительной, чем русская; коммуникативное поведение русских в межличностном взаимодействии, напротив, оказывается более сдержанным и умеренным.

## 1.6. К вопросу о национальном характере

Когда говорят о том или ином народе, часто используют понятие *национальный характер*. Встречается оно и в работах по межкультурной коммуникации, при этом термин этот так до конца не определен и вызывает большие споры. Часто в него вкладывают самый разный смысл: одни авторы подразумевают темперамент, другие обращают внимание на личностные черты, третьи — на ценностные ориентации, отношение к власти, к труду и т. д. и т. п. (см. [Стефаненко 2004: 135–136]). Концепция «национального характера» так никогда и не была сформулирована в более или менее общепринятом виде [Лурье 1998: 93].

В настоящее время не только существуют разные точки зрения на то, что такое национальный характер, но и подвергается сомнению само его существование. Возможность столь широкого обобщения ставится под сомнение, поскольку, как известно, в мире не существует даже двух одинаковых людей. Кроме того, какую бы черту национального характера одного народа мы не выделяли, она может поблекнуть по сравнению с характером другого и т. д. Образно об этом сказал М. Любимов:

Сдержанность англичан покажется разболтанностью угрюмому финну, а английский практицизм изумит прытких американских бизнесменов своей беспомощностью. Нечего и говорить, как будет плевать педантичный немец, услышав о точности англичан. Таким образом, любая черта национального характера относительна и познается лишь в сравнении... Национальный характер — лишь бойкая увертюра к сложной симфонии, которой является личность, каждого из нас невозможно вогнать в научную матрицу, все мы неповторимы и сугубо индивидуальны [Любимов 2004: 49].

Так правомерно ли говорить о национальном характере англичан или русских? Т. Г. Стефаненко предупреждает, что, если и рассматривать национальный характер как некое расплывчатое понятие, в которое исследователь в зависимости от своих методических и теоретических взглядов включает те или иные психологические особенности, отличающие один народ от другого, необходимо исходить из следующих принципов:

1) характер этноса — не сумма характеров отдельных его представителей, а фиксация типических черт, которые присутствуют в

разной степени и в разных сочетаниях у значительного числа индивидов;

2) речь должна идти не о наборе тех или иных черт, а о степени их выраженности и о специфике их проявления;

3) черты характера можно понять лишь в соотношении с общей системой ценностей, зависящей от социально-экономических и географических условий, от образа жизни народа и его религиозных верований [Стефаненко 2004: 136].

Данные принципы представляются чрезвычайно важными. Отсутствие четких критериев описания приводит к тому, что встречаемые в современной литературе национальные характеристики того или иного народа носят размытый, аморфный и весьма эклектичный характер, а сами национальные черты часто являются не чем иным, как этническими стереотипами.

Вместе с тем в основе многих называемых характеристик лежат особенности коммуникативного поведения, предопределяемые типом культуры, социокультурными отношениями и ценностями. Так, среди черт характера англичан называются сдержанность, уравновешенность, тактичность, изысканная вежливость, изящество манер, внутреннее самоуважение, чувство собственного достоинства, приветливость, предупредительность, замкнутость, отчужденность, терпимость, невмешательство в чужие дела, снобизм; русских — общительность, открытость, дружелюбие, солидарность, доброжелательность, человеколюбие, терпимость, гостеприимство, романтизм, преобладание нравственных ценностей над правовыми, интуиция над логикой, пессимизм, сердечность, эмоциональная нестабильность, иррационализм и др. [см. Wierzbicka 1992, 1997; Тер-Минасова 2000; Кочетков 2002; Крысько 2002; Касьянова 2003; Виссон 2003; Стефаненко 2004; Сергеева 2004; Павловская 2004; Ощепкова 2006 и др.]. Как видим, большинство из перечисленных черт выделено на основе специфики коммуникативного поведения, и их можно объяснить, исходя из изложенных выше особенностей культуры, культурных ценностей, социально-культурной организации общества, особенностей менталитета и другими факторами.

Мы придерживаемся точки зрения ученых, которые отказываются от понятия *национальный характер* и считают, что объектом изучения должны быть *ментальность* как «система взаимосвязанных представлений, регулирующих поведение членов социальной группы» [Стефаненко 2004: 140], и еще шире — *менталитет* (или тра-

диционное сознание), который этнологами определяется как «система мировоззрения, основанная на этнической картине мира, передающаяся в процессе социализации и включающая в себя представления о приоритетах, нормах и моделях поведения в конкретных обстоятельствах» [Лурье 1998: 228]. Через описание этих представлений может быть описана культурная традиция, присущая народу.

Такой подход позволяет посмотреть вглубь проблем, связанных с национально-культурными особенностями коммуникации, увидеть их корни. По этой причине в данной книге мы не говорим о национальном характере англичан и русских, хотя на уровне бытового сознания он все же существует, а пытаемся выявить те особенности национального сознания, которые оказывают влияние на коммуникативное поведение представителей английской и русской культур и формируют в итоге их *национальный стиль коммуникации, коммуникативный этнотип*.

## Глава 2

# ВЕЖЛИВОСТЬ КАК РЕГУЛЯТОР КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

## 2.1. Межкультурная коммуникация и национальное сознание

### 2.1.1. Языковое и коммуникативное сознание

В настоящее время общепризнанной является мысль о том, что главной причиной непонимания при межкультурном общении является не различие языков, а различие национальных сознаний коммуникантов [Тарасов 1996: 8; Уфимцева 2003: 165], а само межкультурное общение рассматривается как «оппозитивный диалог сознаний» [Сорокин 1994: 3–9], в ходе которого в конфликт вступают «свои» и «чужие» когнитивные, эмотивные, аксиологические установки. В основе мировидения и мировосприятия каждого народа лежит своя система предметных значений, социальных стереотипов, когнитивных схем, поэтому сознание человека всегда этнически обусловлено, видение мира одним народом нельзя простым «перекодированием» перевести на язык культуры другого народа [Леонтьев 1993: 20].

Еще В. фон Гумбольдт писал о том, что «в каждом языке заложено самобытное мирозерцание» [Гумбольдт 1984: 80]. Опосредованный языком образ мира той или иной культуры составляет *языковое сознание*. В языковом сознании индивидов находит отражение тип культуры, к которому они относятся. Так, не случайно в ядре языкового сознания русских, выделенного по результатам массового ассоциативного эксперимента, на первом месте стоит слово «человек», на десятом — «друг», а слово «я» (me) не входит в список первых 30 слов, ему отводится лишь 36 место (см. [Уфимцева 2000: 218; 2002: 10]). Сопоставление этих данных с английским ассоциативным словарем [Kiss et al. 1972] ярко свидетельствует о другом типе языкового сознания с преобладающим индивидуалистическим началом: на первом месте в английском языковом сознании стоит слово 'me' (я), на втором — 'man' (человек), а 'friend' (друг) находим на 73 месте.

Национальное мировидение, являющееся отражением действительности, проявляется в языке: в лексике, фразеологии, грамматике

и также в дискурсе, о чем свидетельствуют результаты многочисленных исследований (см., например, [Арутюнова 1995, 1998; Богданова 2000, 2002; Вежбицкая 1997, 1999, 2001; Верещагин, Костомаров 1990, 1999; Залевская 2003; Иванова 2002; Красных 2002, 2003; Корнилов 2003, Кубрякова 2003; Мамонтов 2000; Мельников 2000; Незговорова 2004; Рябцева 2005; Сорокин 1981, 1997; Телия 1996; Тер-Минасова 2000; Узленко 2002; Юдина 2003; Яковлева 1994 и др.]).

С особой яркостью оно проявляется в коммуникативном поведении представителей различных лингвокультур. Используя термин М. М. Бахтина [1998: 361], Д. Б. Гудков называет, межкультурную коммуникацию, как и коммуникацию вообще, взаимодействием «говорящих сознаний», подчеркивая при этом, что для возможности этого взаимодействия необходимо пересечение когнитивных пространств общающихся; при этом чем больше зона этого пересечения, тем адекватнее будет коммуникация [Гудков 2003: 10, 23]. В. В. Красных справедливо отмечает, что «стратегии построения текста и дискурса обуславливаются в том числе и когнитивной картиной мира, и проблемы межкультурного общения могут возникнуть тогда, когда формальное «совпадение», эквивалентность вербальных единиц оборачивается квазиэквивалентностью на содержательном уровне» [Красных 2003: 319]

Рассматривая проблемы, связанные с коммуникацией, целесообразно говорить о *коммуникативном сознании*, под которым понимается «совокупность механизмов сознания человека, которые обеспечивают его коммуникативную деятельность» [Стернин 2002: 5]. Это коммуникативные установки, совокупность коммуникативных категорий, определяющих принятые в обществе нормы и правила коммуникации [там же]. Язык дает нам лишь материал для построения высказываний. Механизм же построения высказываний определяются коммуникативным сознанием.

В особенностях коммуникативного сознания кроется проблема различий в поведении. Трудности в межкультурной коммуникации возникают из-за того, что коммуниканты оценивают поведение друг друга, исходя из своих норм и традиций, а также, общаясь на иностранном языке, как правило, пользуются этим языком, находясь под влиянием своего коммуникативного сознания. В результате имеет место *лингвокультурная коммуникативная интерференция*, которую можно определить как вмешательство факторов родной культуры, языка и национального сознания в интерпретацию инокультурного

коммуникативного поведения и в собственное поведение при межкультурном общении [Ларина 2006а]. Другими словами, это перенос национально-культурных стереотипов поведения, характерных для родной лингвокультуры, на процесс общения с представителями иных лингвокультур.

Коммуникативная интерференция приводит к серьезным коммуникативным ошибкам и неудачам. На научной конференции в Москве докладчик из Кореи закончил свой доклад неожиданными для русской аудитории словами «*Простите за мой скудный и безыntересный доклад*», чем вызвал смех аудитории. Однако ничего удивительного в его поведении не было. Приуменьшив личные достижения, отрицательно охарактеризовав свое выступление, он продемонстрировал скромность и уважение к присутствующим, что находится в полном соответствии с корейской системой вежливости, где, принижая себя, говорящий возвышает собеседника и таким образом демонстрирует вежливость по отношению к нему. Данная фраза явилась своеобразным «вербальным поклоном» перед аудиторией. Докладчик действовал, исходя из своего представления о коммуникативном поведении в данной ситуации, т. е. опираясь на свои коммуникативные установки.

Для изучения коммуникативного сознания народа, преодоления коммуникативной интерференции большое значение имеет изучение коммуникативных категорий, а также знание концептов, связанных с его коммуникативной деятельностью.

Понятие *концепт* имеет в научной литературе разное толкование, и под ним часто понимается разное содержание [см. Сонин 2002; Богданова 2003; Маслова 2004 и др.]. Предлагается различать когнитивный, психолингвистический, лингвокультурный концепты [Карасик, Слышкин 2003]. Для лингвокультурологических исследований наиболее предпочтительным представляется понятие *лингвокультурный концепт*, под которым понимается «условная ментальная единица, направленная на комплексное изучение языка, сознания и культуры» [Карасик, Слышкин 2003: 50].

При сопоставительном изучении языков и культур наибольший интерес представляют концепты, имеющие национальную специфику. Многие из таких концептов «руководят» восприятием действительности, пониманием происходящих явлений и событий, обуславливают национальные особенности коммуникативного поведения народа [Попова, Стернин 2001: 75].



Чем уникальнее концепт, тем труднее передать его содержание средствами другого языка, как, например, *privacy* в английском языке, о котором мы уже говорили, или *душа* в русском (см. [Altman 1977; Wierzbicka 1997, 2006a; Ларина 2003; Прохвачева 2000; Тер-Минасова 2000]). Однако и те концепты, которые входят в концептосферу обоих народов, часто не полностью совпадают по своему содержанию. Именно эти несовпадающие части содержат существенную информацию о языковом сознании изучаемого народа. Наиболее важными для межкультурной коммуникации являются концепты, относящиеся к сфере коммуникативного сознания, влияющие на поведение людей, то есть коммуникативные концепты. Наиболее общие коммуникативные концепты, формирующиеся в сознании и определяющие коммуникативное сознание и поведение нации, И. А. Стернин называет коммуникативными категориями [Стернин, Ларина, Стернина 2003: 10]. К ним, в частности, относятся толерантность, коммуникативная неприкосновенность, коммуникативное давление и др.

Центральной коммуникативной категорией, на наш взгляд, является категория вежливости. Она выступает как системообразующий стержень, который регулирует поведение представителей различных лингвокультур, позволяет проследить его логику. Подобную мысль высказывает Е. А. Земская, которая называет категорию вежливости влиятельным регулятором речевого поведения [Земская 2004: 597].

Национально-культурные особенности коммуникативного поведения обусловлены тем, что концепт *вежливость* в коммуникативном сознании представителей различных культур имеет разное содержание, в процессе коммуникации они исходят из различных представлений о том, что является вежливым, а что невежливым. Изучение концепта вежливость, выявление национальной специфики его содержания представляется интересной и важной проблемой как в теоретическом, так и в практическом аспектах.

### 2.1.2. Понимание вежливости и этнические стереотипы

Наиболее традиционное определение вежливости как проявления уважения, внимания к другим представляется неприемлемым в межкультурном аспекте, поскольку даже такие универсальные, на первый взгляд, понятия, как *уважение* и *внимание* различны в разных культурах (ср. уважение к старшим на Востоке и Западе или внимание к незнакомым женщинам в арабских и латиноамериканских странах).

Понятие *вежливость* также неоднозначно, о чем свидетельствует тот факт, что в каждой культуре существует свой концепт вежливости и само это слово имеет разные толкования. Так, в русском языке «вежливый» означает «соблюдающий правила приличия; учтивый» [СРЯ], в английском — «демонстрирующий свое уважение к другим»: *Polite — showing consideration for others in manners, speech, etc.* [CED]. В китайском языке вежливость — это проявление скромности, уважения и почитания в речи и поступках, выражение степени почтения. Существуют языки, в которых эквивалент английскому слову 'polite' вовсе отсутствует, как, например, в языке ибо, распространенном в Нигерии, где слово *polite* может приблизительно трактоваться как «хорошее поведение» [Ide et al. 1992: 11]. В других культурах, в частности в японской и корейской, вежливость столь значима, что в данных языках существует лексико-грамматическая категория вежливости.

Не случайно поэтому, что и вежливое/невежливое поведение понимается в разных культурах по-разному и соответственно имеет различные формы проявления. По поводу английской вежливости М. Любимов пишет:

Английская вежливость проявляется во многом и по-разному: вы пропускаете спутника вперед, он проходит в дверь и говорит «извините!». Мужчина непременно встанет, если с ним заводит разговор другой человек (не обязательно дама), не принято громко разговаривать (хотя бывает — и это следствие всепоглощающей демократии), жестикулировать, отвлекать от разговора, проявлять запальчивость в споре и вообще обострять спор, принято слушать и не перебивать... [Любимов 2004: 245].

В русской культуре, как известно, отклонение от перечисленных правил не всегда воспринимается как невежливость. Русские любят поспорить, часто перебивают своего собеседника, а проходя в придерживаемую дверь, скорее скажут *спасибо*, а не *извините*.

Незнание того, какое поведение считается вежливым, а какое невежливым в той или иной культуре, приводит к формированию различных этнических стереотипов, препятствующих пониманию и эффективному общению. Так, Дж. Лич пишет об общепринятом представлении о китайцах и японцах как очень вежливых, по сравнению с европейцами, и о русских и поляках как невежливых [Leech 1983: 4]. В то же время китайская вежливость часто воспринимается европейцами как «неуважение, хитрость и даже враждебность по отношению к иностранцам» [Чен 2006: 172]. Дж. Томас отмечает суще-

ствование стереотипов о грубых русских и немцах, подобострастных индийцах и японцах, неискренних американцах и высокомерных англичанах [Thomas 1983: 97; 1984: 227]. Согласно сложившемуся стереотипу, англичане в глазах русских являются вежливыми, галантными, учтивыми, даже чопорными, но при этом сдержанными, малообщительными, холодными, невозмутимыми, равнодушными ко всему, неискренними и даже лицемерными [Кобозева 1995; Павловская 2004]. Русские же воспринимаются представителями многих других культур (в том числе английской) как люди излишне эмоциональные, агрессивные, любопытные, навязчивые, бесцеремонные, пессимистичные, невежливые (об этнических портретах и о восприятии русской нации представителями других культур см. [Виссон 1999, 2003; Вошинская 2000; Гармашова 2000, Ершова 1998, Касьянова 2003; Леонтович 2003; Лехтонен, Поталуэ 2002; Льюис 1999; Марковина 1995; Маринина 2000; Протасова и Мустайоки 2002, Павловская 1994, 1998; Турунен 2002; Сергеева 2004, Сорокин 1995, Филиппова 2002; Цуверкалов 2002; Richmond 1999 и др.]).

Причина подобных стереотипов кроется в национально-культурных особенностях коммуникативного поведения, регулируемого представлением о вежливости, которое у разных народов различно.

### 2.1.3. Вежливость в сознании англичан и русских

С целью выяснения того, как понимают вежливость носители английской и русской лингвокультур, нами был проведен ассоциативный эксперимент в форме анонимного анкетирования. В нем участвовало одинаковое количество информантов (по 70 человек, всего 140), являющихся представителями разных возрастных групп (от 14 до 87 лет), но одного социального среза общества — учащиеся школ, университетов, представители интеллигенции.

Информантам было предложено объяснить, как они понимают слово *вежливость*, охарактеризовать вежливого человека и привести примеры как вежливого, так и невежливого поведения. Анализ ответов выявил ряд интересных расхождений во взглядах на вежливость у представителей двух культур.

Англичане, отвечая на вопрос, как они понимают слово *вежливость*, продемонстрировали удивительное единообразие в ответах. Они были в основном краткими, конкретными, похожими на хорошо выученный урок. Чаще всего в них назывались:

- внимание, уважение к другим людям (62 % информантов),
- частое употребление слов 'please' и 'thank you' (59 %),
- хорошие манеры (50 %) <sup>1</sup>.

Наиболее показательными толкованиями данного понятия являются следующие: *Politeness is showing consideration; saying 'please' and 'thank you' often in your conversation and having good manners* (Вежливость — это демонстрация внимания, частое употребление в разговоре слов *пожалуйста* и *спасибо* и хорошие манеры) (преподаватель, 40 лет); *Politeness is having manners and courtesy. A polite person is someone who says 'please' and 'thank you' and has respect for other people* (Вежливость — это манеры и обходительность. Вежливый человек — это тот, кто говорит *пожалуйста* и *спасибо* и уважает других людей) (ученица средней школы, 17 лет); *Politeness is being pleasant and courteous to people, showing them respect, having good manners, saying 'please' and 'thank you'* (Вежливость — это быть приятным и обходительным с другими людьми, показывать им уважение, иметь хорошие манеры, говорить *пожалуйста* и *спасибо*) (музыкант, 40 лет); *Politeness is saying 'please' and 'thank you', being friendly, paying attention* (Вежливость — это говорить *пожалуйста* и *спасибо*, быть дружелюбным и уделять внимание другим) (студентка, 21 год).

В ответах английских респондентов, делающих акцент на хорошие манеры и речевой этикет, нашла отражение английская поговорка *Manners make the man*, которая означает, что о человеке часто судят по его манерам, а не по характеру [Ridout, Witting 1981: 117], а лучше всего, по мнению англичан, свои манеры можно продемонстрировать в разговоре (*Nowhere is there room for the display of good manners so much as in conversation*) [Peters 2000: 16].

**Ответы русских** респондентов оказались более разнообразными и абстрактными и касались очень широкого круга понятий, что показало отсутствие четкого представления о том, что такое вежливость. Наиболее частые ответы: «*Вежливость — это уважение других*» (всего 22 %), «*Вежливость — это внимание к людям / к окружающим*» (13 %). Предлагались также следующие варианты толкования данного концепта: *вежливость — это знание основ этикета, соблюдение правил поведения* (11 %); *элемент культуры человека, культура общения* (7 %); *умение общаться с людьми и делать это*

<sup>1</sup> Часто назывался не один, а несколько критериев, поэтому общая сумма ответов превышает 100 %.

общение приятным (3,5 %). Встретились также такие ответы: «Вежливость — это образ жизни» (бухгалтер, 29 лет), «Вежливость — это умение не поставить другого человека в неловкое положение, а также уважение к старшим» (студентка, 18 лет); «Воспитанность и терпимость к другим людям» (студент, 18 лет); «Вежливость — это культура человека» (студентка, 20 лет); «Это свойство человека быть приятным во всех отношениях» (военный, 52 года); «Деликатность, терпение, благородство, внимательность, кротость, добродушие» (инженер, 52 года). Также назывались: забота о ближних, тактичность, образованность, обходительность, отзывчивость, доброжелательность, сдержанность, умение слушать, снисходительность, порядочность и другие качества.

Характеризуя вежливого человека, английские респонденты давали ответы, похожие на предыдущие, и чаще всего отмечали, что **вежливый человек** — это тот, кто

- проявляет внимание / уважение к другим (*shows consideration, respect for other people; courteous, respectful, considerate and sensitive towards other people; thoughtful of others; thinking of others; who is aware of other people*);

- часто употребляет слова 'please' и 'thank you',

- обладает хорошими манерами<sup>2</sup>.

Часто в одном ответе называлось несколько характеристик: *A polite person is someone who says 'please' and 'thank you' and has respect for other people* (Вежливый человек — это тот, кто говорит *пожалуйста* и *спасибо*, уважает других людей); *A person who uses manners, says 'please' and 'thank you'* (Человек, который «использует» манеры и говорит *пожалуйста* и *спасибо*). В единичных случаях указывалось, что вежливый человек сдержанный (*reserved*), тактичный (*tactful*), спокойный (*calm and cool*), дружелюбный (*friendly*), добрый (*kind*), приятный (*pleasant*).

Русские респонденты и здесь предложили большее разнообразие ответов, ни один из которых не оказался преобладающим (самый частый составил чуть больше 20 %). Чаще всего отмечалось, что **вежливый человек** — *уважающий других* (21,5 %), *воспитанный* (20 %), *внимательный* (12 %), *добрый* (6 %), также называли такие черты, как *интеллигентный, культурный, образованный, умный, корректный, тактичный, предупреждающий конфликты, уступчивый, тер-*

<sup>2</sup> Каждый из трех критериев назывался более 50 % информантов.

пимый, толерантный, снисходительный, порядочный, добродушный, дружелюбный, доброжелательный, искренний, пунктуальный.

Встретились такие ответы: «Вежливый — это человек, после общения с которым, не остается отрицательных эмоций» (экономист, 29 лет); «тот, с кем хочется общаться» (инженер, 52 года); «человек, который не навязывает другим свое мнение» (студентка, 18 лет); «не перечит другим, дает возможность высказаться» (студентка, 17 лет); «который всегда готов уступить во всем» (бизнесмен, 48 лет); «тот, кто несет в себе добро» (юрист, 23 года); «кто всегда готов прийти на помощь и поддержать» (инженер, 52 года) и др.

Таким образом, наиболее частым толкованием вежливости в обеих культурах оказалось «*проявление уважения к другим людям*», но в процентном отношении здесь заметно существенное различие: такое определение встретилось в 62 % английских анкет и 22 % русских. Однако важно отметить, что слово *уважение* в английском и русском языках, означает не одно и то же.

Английское *respect* (уважение) имеет следующие синонимы: *consideration, deference, esteem, regard* [CPED]. В качестве синонимов русского слова *уважение* словари приводят *почитание, почтение, почитательность, уважительность* [ССРЯ]. Таким образом, если сравнить синонимические цепочки в двух языках, то видно, что в русской выпадает слово *внимание* (*consideration*), то есть *уважение* и *внимание* не являются в русском языке синонимами.

Английское *respect* может быть как внутренним состоянием, так и внешним проявлением этого состояния: 'a feeling of admiration that you have for someone because of their personal qualities, their achievements, or their status, and that you show by treating them in a polite and kind way' [MED]. Его русские эквиваленты *уважение* и *внимание* приводятся как разные значения этого слова [НБАРС]. *Consideration* всегда проявляется внешне: 'a kind way of behaving that shows you care about other people's feelings and needs' [MED]; to show consideration for others.

В русском языке слово *уважение* толкуется как «почтительное отношение, основанное на признании чьих-н. достоинств» [СРЯ], *почтение*, являющееся его синонимом, — как «глубокое уважение» [СРЯ]. В английском языке для выражения уважения, основанного на признании достоинств собеседника, существует также слово *deference*, соответствующее русскому *почтение* (it suggests that the person to whom you are deferring is somehow more worthy by virtue of age or

experience and that their judgement overrules your own), но в связи с демократизацией общества и отношений данное слово в современном английском языке приобрело некоторую отрицательную коннотацию<sup>3</sup>.

Сопоставление толкований данных слов выявляет следующее различие в понимании *уважения* носителями двух культур: для англичан *уважение* (*respect, consideration*) — это, прежде всего, уважение как внимание к другим людям, которое проявляется внешне: в манерах поведения и в речи (*respect is the attitudinal stance which produces consideration on a behavioural level*); для русских — это, скорее, внутреннее отношение, и касается оно не всех, а тех, кто этого достоин, то есть уважение как почтение. Сопоставление семантики глаголов *to respect* и *уважать* также выявляет эти различия. Ср. *уважать* — 1. Относиться с уважением к кому-чему-н. *Уважение старших. Уважение чьей-н. седины.* 2. Считаться с кем-чем-н., принимать во внимание и соблюдать чьи-н. интересы [СРЯ]; *to respect* — 1. to feel respect (especially for a person or their qualities). 2. to show careful consideration [LDELС].

Таким образом, за внешне похожей трактовкой вежливости как уважения других скрывается разное содержание: *вежливость как внимание к другим* (у англичан) и *вежливость как почтение* (у русских).

*Вежливость как внимание к людям* была названа всего 13 % русских респондентов. Данное наблюдение позволило выдвинуть следующую гипотезу: английская вежливость направлена на других, на объект коммуникации ("*Politeness is recognition of other people around you and their feelings*", т. е. вежливость — это признание других людей вокруг тебя и их чувств (школьница, 17 лет), русская — в большей степени замыкается в самом субъекте: «*Вежливость — это воспитанность*» (студентка, 18 лет).

Как показали результаты анкетирования, демонстрация внимания к другим, являющаяся основой английской вежливости, проявляется, прежде всего, в манерах поведения (*politeness is being well-mannered, knowing when and how to do the correct thing*) и частом использовании формул речевого этикета, таких как 'please', 'thank you'. Интересно, что из многочисленных формул английского речевого этикета назывались только эти две, и всегда в паре<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Комментарии доктора Сары Смит.

<sup>4</sup> Давая определение вежливости, 59 % английских информантов назвали необходимость употребления этих слов и 42 % привели его в качестве примера вежливого поведения.

Ответы русских информантов показали, что данные речевые формулы, как и употребление речевого этикета в целом, играют гораздо меньшую роль в коммуникации<sup>5</sup>. При этом здесь также отсутствовала четкость: *вежливый человек — это тот, кто употребляет вежливые слова; слова благодарности; всегда говорит «спасибо», «пожалуйста»; говорит «извините», «простите», если сделал что-то не так; здороваётся, извиняется*. Из данных различий следует, что демонстрация внимания к окружающим, проявляющаяся через хорошие манеры и речевой этикет, менее типична для русского коммуникативного поведения, чем для английского.

Обратила на себя внимание еще одна интересная особенность. Значительное место в русских ответах занимают такие понятия, как *доброта, помощь другим*. В обобщенном виде 22 % информантов прямо или косвенно отметили, что вежливость связана с оказанием помощи: *«Вежливость значит быть добрым, внимательным, чутким, помогать другим», «Вежливость — это доброе отношение к людям, помощь нуждающимся», «Вежлив тот человек, который внимателен к другим, всегда может оказать помощь окружающим его людям», «Вежлив тот, кто несет добро»*. В английских ответах оказание помощи другим как элемент вежливого поведения было названо 5 % респондентов и непременно наряду с хорошими манерами.

Таким образом, вежливость в русской коммуникации в большей степени ассоциируется с «действенным» вниманием, в английском — с демонстративным, этикетным вниманием, что на лексическом уровне отражается в семантике глаголов, сочетающихся со словом *внимание (consideration)*: *оказывать внимание (ср.: оказывать помощь — помогать, оказывать поддержку — поддерживать) и to show consideration (показывать внимание)*.

Интересным также представляется тот факт, что, если англичане, характеризуя вежливого человека, делали это в основном через утвердительную форму (*«вежливый человек — это тот, кто делает это»: уважает других, проявляет внимание, слушает, когда говорят другие, часто употребляет слова 'please', 'thank you' и т. д.*), то почти половина (47 %) русских информантов сделали это через отрицание (*«вежливый человек — это тот, кто не делает этого»: не грубит, не хамит, не огрызается, не использует грубые (ненормативные) слова, не перечит другим, не повышает голос, не ставит со-*

<sup>5</sup> В ответах на первый вопрос формулы речевого этикета назвали всего 11 % информантов, 10 % привели их в качестве примера вежливого поведения.



беседника в неловкое положение, не перебивает, не забывает говорить «спасибо» и «пожалуйста»). Данные факты свидетельствуют о том, что в русском коммуникативном сознании вежливость выступает как антипод грубости, вежливость — это отсутствие грубости, вежливый значит не грубый.

Наши наблюдения совпадают с выводами других исследователей, которые отмечают, что в современном языковом сознании русских вежливость имеет меньшую яркость, чем грубость и выступает не самостоятельно, а как антипод грубости [Романова 2001: 95]; дихотомия «вежливость — грубость» носит контрарный характер (т. е. между ними не мыслится что-то среднее, человек, который не грубит, уже считается вежливым), а грубость является базовым членом в данной оппозиции [Зацепина 2002: 54].

Эта особенность имеет принципиальное значение: она подтверждает прежние выводы и раскрывает суть различия между английским и русским концептами вежливости. В русском языке вежливость — это соблюдение правил поведения (не нарушать значит соблюдать), в английском — демонстрация уважения, внимания к окружающим, что соответствует семантике слов «вежливый» и ‘polite’ в двух языках. Напомним: *вежливый* — «соблюдающий правила приличия; учтивый» [СРЯ]; *polite* — “showing consideration for others in one’s manners, speech, etc.” [CPED] (показывающий внимание к другим манерами и речью); «такой, который в общении с другими соблюдает внешние правила этикета и демонстрирует своими манерами уважительное отношение к партнеру по общению» [АРСС] (выделено мной. — Т. Л.). Синонимами этого слова являются слова *civil, courteous, courtly, gallant, chivalrous* (книжн.), отличающиеся друг от друга по характеру и форме проявления вежливости, особенностям поведения субъекта и адресата. *Polite* и, в меньшей степени, *civil* являются наиболее широкими по значению словами и могут характеризовать любого человека, соблюдающего минимум предписаний вежливого общения с любым другим человеком. При этом *polite* (вежливый, учтивый, благовоспитанный, любезный) обычно описывает воспитанного и тактичного человека, внимательного к чувствам и нуждам других людей [АРСС].

Ответы информантов свидетельствуют о том, что демонстрация внимания к окружающим имеет более важное значение для английской коммуникации, чем для русской. В то время как многие английские информанты отмечали, что вежливость — это демонстрация

внимания к окружающим (*showing consideration for others, showing respect*), а не просто внимание, в русских анкетах не нашлось ни одного подобного ответа (хотя внимание и уважение к окружающим как примеры вежливого поведения русскими информантами отмечались). Напротив, встретились следующие любопытные утверждения: «*Вежливость должна проявляться не только на словах, но и в делах*», «*Вежливый человек не демонстрирует свою вежливость, а доказывает ее делами*», «*Вежлив тот, кто ведет себя без особых сверхвежливых церемоний, а просто добродушно*», «*Вежливость связана с искренностью, действительно вежливый человек должен быть искренним*». Последнее высказывание прямо противоположно следующему: «*Politeness means keeping opinions of myself if they are hurtful for the other person*» (Вежливость означает держать свое мнение при себе, если оно может обидеть другого человека).

Отсюда следует, что английская и русская вежливость имеют разную направленность и разную целевую установку: английская вежливость направлена на объект общения, русская замыкается в субъекте; английская вежливость — это «формальная, этикетная деятельность» (вежливый — тот, кто демонстрирует внимание к другим), русская вежливость — это в некоторой степени «этикетное бездействие»<sup>6</sup> (вежливый — тот, кто соблюдает правила приличия), но в то же время — и реальная, не формальная деятельность («вежливость должна проявляться не на словах, а в делах»). Если в английской коммуникативной культуре, как отмечают английские информанты, невозможно быть чрезмерно вежливым («overpolite»), то в русской культуре это возможно, при этом избыточная вежливость (*сверхвежливые церемонии*, как было сказано в одной из анкет) оценивается отрицательно, поскольку воспринимается как недостаточная искренность. Как уже говорилось, искренность, прямота, правдивость ценятся в русской культуре больше, чем церемониальность и строгое соблюдение норм этикета, что может быть расценено как избыточная вежливость. При этом, как справедливо отмечает Р. Ратмайр, «избыточно вежливым поведением» в русской культуре иногда может считаться такое поведение, которое в других культурах считается нейтральным [Ратмайр 2003: 31].

Об ориентированности английской вежливости на партнера по коммуникации, а также о необходимости совершать определенные

<sup>6</sup> Во всяком случае, по сравнению с английской вежливостью.

коммуникативные усилия, которые не всегда соответствуют желаниям участников коммуникативного акта, свидетельствуют некоторые выражения. Например, *just / only being polite* — «говорить что-то из вежливости» (saying something not because it is true but in order not to offend someone: Did you really like her book, or were you just being polite?); также словосочетание *polite conversation* (вежливый разговор), которое определяется словарями как *conversation that is made with someone because they are with you and not because you really want to talk to them* [MED] — разговор, который вы ведете с кем-то не потому, что хотите, а потому что этот человек находится рядом с вами. Интересным примером является также выражение *to force a smile*: фраза *She forced a polite smile* (букв. Она заставила себя вежливо улыбнуться, выдавила из себя вежливую улыбку) приведена в словаре [MED] как иллюстрация вежливого поведения.

Интересно в этой связи обратиться к этимологии данных слов в сопоставляемых языках. Русское слово *вежливость* происходит от «ведать, знать»; *вежливый* в древнерусском языке значило «опытный, сведущий» [ЭСРЯ]. Английское же слово *polite* восходит к латинской форме причастия прошедшего времени *politus*, означающее *polished* (полированный). Р. Уоттс, автор книги о вежливости, полагает, что *polished behaviour*, буквально «полированное поведение», имеет метафорическое происхождение и сравнивает его с отполированными изделиями из серебра или меди, которые должны были блестеть, вызывать восхищение, отражать человека, который на них смотрел, т. е. были ориентированы на другого:

Polished behaviour was a metaphorical extension from polished silver and brassware; it had to shine, it had to be brilliant, it had to reflect the person who looked at it (i.e. it had to concern itself with the needs of the 'other'), it had to be admired, it had to be aesthetically pleasing, etc. [Watts 2003: 37].

Не случайно поэтому, что и в современном английском языке существуют *polished manners* — «изысканные манеры», *polished performance* — «безукоризненное исполнение» [НБАРС]. Как видим, в английском слове *polite* присутствует сема активной деятельности, которой нет в русском слове *вежливый*.

Еще одной отмеченной особенностью является то, что в ответах русских респондентов нашло отражение особое отношение к старшим в русской культуре. Помимо ситуации «уступать место старшим», которая приводилась в качестве примера вежливого поведения в обеих культурах, в русских анкетах среди примеров вежливого поведения

встретились такие, как «уважать старших», «не перебивать старших», «не перечить старшим», невежливого — «грубить старшим», «нетактичность к старшим». Следовательно, старшие — это люди, заслуживающие особого уважения, и если говорить об уважении, то уважать надо в первую очередь их, что представляется вполне естественным для культуры, характеризующейся определенной статусной, т. е. вертикальной, дистанцией (дистанцией власти), хотя в последние годы можно с сожалением наблюдать постепенную утрату этой культурной традиции.

В английских анкетах подобных примеров нет и они, в принципе, вряд ли возможны, поскольку в английской культуре провозглашается равенство всех членов общества, старшие не наделены особым статусом, социальные нормы предписывают уважительное отношение к каждому, независимо от возраста или социального положения.

Интересно, что, по наблюдениям И. А. Романовой, рассмотревшей объективацию вежливости в русском языке, в частности во фразеологии, для сознания русских характерным является актуализация вежливости, вежливое поведение, прежде всего по отношению к вышестоящим (*бить поклоны — выразить чувство глубокого уважения, почтения*) [Романова 2001: 96]. В прежние времена в России существовала в известной степени «эгоцентрическая», т. е. направленная преимущественно на говорящего самоуничижительная вежливость [Scheidegger 1980, цит по: Ратмайр 2003: 32]. Свойственная западноевропейскому двору вежливость, ориентированная на партнера, пришла в Россию только с реформами Петра Первого [Ратмайр 2003: 32]. Данное наблюдение совпадает с нашими выводами о влиянии статусной дистанции на коммуникативное поведение русских.

Еще одна особенность социальных отношений, нашедшая отражение в ответах информантов, — противопоставление «свой — чужой» в русской культуре и отсутствие этого противопоставления в английской. *Уважение, внимание* как суть вежливого поведения называлась как английскими, так и русскими респондентами, однако в вопросе о том, по отношению к кому, имеются определенные различия. В английских анкетах — это *уважение, внимание к другим людям*, в русских, помимо подобных ответов, есть такие, в которых объект ограничивается более узким кругом: *уважение, внимание к старшим, к окружающим, к собеседнику, к близким*. Наиболее любопытными в этом отношении являются следующие примеры: «*Невежливо грубить другим, даже проходим на улице*», т. е. грубость

по отношению к незнакомым людям («чужим») является до некоторой степени простительной, во всяком случае, это не столь значительное нарушение общественных норм поведения, как грубость по отношению к «своим»; «Невежливо обращаться к незнакомым людям как к старым знакомым», «Невежливо обращаться к незнакомому на "ты"», «Невежливо вести себя с незнакомыми фамильярно», т. е. существует разница в отношениях к «своим» и «чужим»: с незнакомыми следует соблюдать дистанцию. Любопытно, что так считают представители культуры, для которой характерна незначительная горизонтальная дистанция.

В английских анкетах привлекли внимание прямо противоположные примеры: *Politeness is saying hello to people that you see when walking down the road even if you do not know them well* (Вежливо здороваться с людьми, которых ты встречаешь на улице, даже если не знаешь их хорошо) / *Politeness is showing consideration for everyone, whether you particularly like the person or not* (Вежливость — это внимание к каждому, независимо от того, нравится вам этот человек или нет). Здесь отражается стремление англичан относиться одинаково к каждому человеку, независимо от того, знакомый он или незнакомый, «свой» или «чужой», симпатичен он вам или нет, что является типичным для культур индивидуалистического типа.

Различия в понимании *вежливости*, выявленные в результате сопоставления ответов английских и русских респондентов, позволили сделать следующие обобщения.

- Содержание концепта *вежливость* в коммуникативном сознании англичан и русских не совпадает.
- Англичане имеют более четкое представление о том, что такое *вежливость*, у русских это понятие достаточно диффузно.
- В английском сознании *быть вежливым* значит *демонстрировать* уважение, внимание к окружающим; в русском — *знать и соблюдать* правила поведения.
- В английском сознании вежливость в большей степени ассоциируется с демонстративным, этикетным вниманием (*вежливый — тот, кто демонстрирует свое уважение другим*); в русском — не с этикетным, а с действенным вниманием (*вежливый — тот, кто помогает другим*).

• Английская и русская вежливость имеют разную направленность и функциональную значимость: английская вежливость направлена на партнера по коммуникации и выполняет большую коммуни-

кативную функцию; русская в большей степени замыкается в субъекте и несет большую этическую нагрузку.

- Английская вежливость в равной степени направлена на всех; русская — в большей степени на «своих» и на тех, кто старше.

- Демонстративная вежливость является неотъемлемой чертой коммуникативного поведения англичан; русскими демонстративная вежливость оценивается отрицательно, в большей степени они ценят естественность и искренность.

Последнее различие, на наш взгляд, связано с разной направленностью английской и русской вежливости. Ориентированность английской вежливости на партнера по коммуникации, на его чувства вынуждает говорящего совершать действия, в том числе и речевые, не всегда совпадающие с его собственными мыслями, чувствами и желаниями. Подобное поведение чаще всего расценивается русскими как неискреннее и вызывает, как правило, осуждение, поскольку в русской коммуникативной культуре, как справедливо отмечает А. Вежицкая, «нехорошо говорить человеку, что ты что-то думаешь, если ты этого на самом деле не думаешь»; и «нехорошо говорить другому, что ты что-то чувствуешь, если ты этого на самом деле не чувствуешь»; дело тут не в поверхностном «речевом этикете», а в чем-то гораздо более глубоком: можно сказать, в «речевой этике» [Вежицкая 2005: 468].

В разном содержании концепта *вежливость* в коммуникативном сознании англичан и русских нашли отражение черты индивидуалистического и коллективистского мировоззрений, социально-культурные отношения, такие параметры культур, как социальная и статусная дистанции. На вербальном уровне, как будет показано дальше, разное понимание вежливости проявляется в использовании разных коммуникативных стратегий, характерных для английской и русской коммуникативных культур, их направленности, частотности использования, прагматическом значении, в выборе языковых средств.

## 2.2. Асимметрия социальных отношений — асимметрия систем вежливости

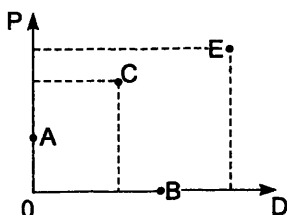
Выявленные различия в понимании вежливости англичанами и русскими не случайны. Они имеют глубокие корни и могут быть объяснены через рассмотрение социально-культурных отношений и

ценностей, характерных для данных культур. Они свидетельствуют о том, что вежливость представляет собой сложное явление, тесно связанное с основными принципами социокультурной организации общества и межличностными отношениями, существующими между его членами, с их коммуникативным сознанием.

Рассмотрим, как асимметрия социально-культурных отношений и ценностей английской и русской культур отражается на асимметрии систем вежливости.

Социальные взаимоотношения между собеседниками, как уже отмечалось, определяются двумя основными факторами, это — дистанция (обозначим ее  $D$ ) и власть (обозначим ее  $P$ ). То есть участников коммуникативного акта разделяют *социальная дистанция* — горизонтальный тип отношений, который показывает степень социально-психологической близости между коммуникантами (ср. отношения между пассажирами в транспорте, знакомыми, коллегами, друзьями, родственниками и т. д.), и *статусная дистанция* — вертикальный тип отношений, который показывает степень статусного неравенства (как социального, так и возрастного: отец — сын, учитель — ученик, преподаватель — студент, начальник — подчиненный). Другими словами, отношения между коммуникантами могут варьироваться в зависимости от разной степени дистантности/интимности и симметричности/асимметричности, т. е. измеряться в параметрах «дальше — ближе», «выше — ниже».

Иногда они могут характеризоваться одним параметром, когда коммуниканты либо равны по статусу, но их отношения не являются близкими, как например пассажиры в транспорте ( $B$  на рис. 1), либо, наоборот, находятся в очень близких, интимных отношениях, но не равны по статусу, например, мать и дочь ( $A$  на рис. 1). Однако чаще всего их характеризуют оба параметра, которые варьируются в зависимости от ситуации, например учитель — ученик, начальник — подчиненный ( $C$  и  $E$  на рис. 1).



- A ( $P+D-$ ): мать и дочь
- B ( $P-D+$ ): пассажиры в автобусе  
(одного возраста)
- C ( $P+D+$ ): учитель — ученик
- E ( $P+D+$ ): начальник — подчиненный

Рис. 1. Типы социальных отношений

Социальные отношения являются важной составляющей коммуникативного контекста и во многом определяют поведение собеседников. Взаимоотношения между собеседниками в межкультурных контактах еще более сложные, поскольку дистанция и власть, как было показано в первой главе, имеют свою культурную специфику. В английской культуре, являющейся индивидуалистической, социальная дистанция между членами общества исторически длиннее, чем в русской культуре, принадлежащей к коллективистскому типу, каждый индивид имеет неотъемлемое право на свою автономию (*privacy*), являющуюся одним из важнейших концептов английского коммуникативного сознания. В русской культуре нет подобной зоны личной автономии, отношения между собеседниками, независимо от типа дистанции (интимная, персональная, социальная или публичная), являются более близкими.

Степень статусного неравенства в разных культурах также различна. При этом социальная дистанция (D) и статусная дистанция (P) тесно взаимосвязаны: индивидуалистические культуры характеризуются более низким индексом власти, в более коллективистских культурах этот индекс выше.

На основе данных параметров социальные отношения в английской и русской культурах можно охарактеризовать следующим образом:

- поскольку английская культура является крайне индивидуалистической, шкала социальной дистанции (D) в ней длиннее, чем в русской культуре, принадлежащей к коллективистскому типу;
- шкала статусной дистанции (P), которая отражает вертикальные иерархические отношения, напротив, длиннее в русской культуре, чем в английской (ср. рис. 2 и 3).



Рис. 2. Социальные отношения в русской культуре

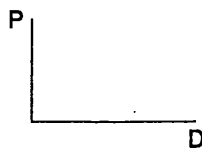


Рис. 3. Социальные отношения в английской культуре



Размеры шкалы на наших рисунках являются символическими, они показывают лишь различия, а не их пропорции, хотя в принципе это было бы возможно, если бы мы обладали точными антропологическими данными (к сожалению, в данных Г. Хофштеде, на исследование которого мы опираемся, информации о России нет).

Поскольку, как уже было сказано, отношения между коммуникантами не выстраиваются вдоль той или иной шкалы, а характеризуются обоими параметрами и находятся где-то на пересечении, соединив их, получаем коммуникативное пространство, которое охватывает совокупность потенциальных коммуникативных контекстов. Место нахождения партнеров в этом коммуникативном пространстве и определяет их коммуникативное поведение.

Из-за различий в горизонтальной и вертикальной дистанциях коммуникативное пространство, характерное для английской и русской культур, также имеет различные параметры. При их наложении выявляется их асимметрия (см. рис. 4).

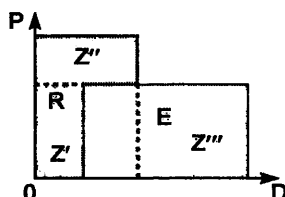


Рис. 4. Асимметрия английского и русского коммуникативного пространства

На нашем рисунке, где  $E$  — английское коммуникативное пространство,  $R$  — русское коммуникативное пространство, помимо общей, совпадающей части, мы видим три зоны, специфичные для каждой культуры:  $Z'$  — зона личной автономии (*privacy*), характерная для английской культуры, и она же — зона интимности, характерная для русской культуры;  $Z''$  — зона власти, которая более значительна в русской культуре, и  $Z'''$  (выступающая правая часть области английского коммуникативного контекста, которая не совпадает с русским), показывающая, что английское коммуникативное пространство охватывает более широкий круг людей, чем русское.

Данная диаграмма отражает как особенности социальных отношений, так и культурные ценности, характерные для каждой культуры, и дает многие объяснения различиям в коммуникативном поведении англичан и русских.

Z' показывает, что в отношениях между английскими коммуникантами всегда присутствует некоторая дистанция. Это та зона личной независимости ('*privacy*'), куда проход строго запрещен. Автономия личности, являющаяся важнейшей ценностью в английской культуре, определяет границу, разделяющую коммуникантов, за которую нельзя заходить, даже имея самые добрые намерения (например, приглашая в гости или угощая); она устанавливает предел, до которого можно приближаться и до которого можно оказывать коммуникативное воздействие на адресата. Сближение собеседников в английской коммуникации допустимо лишь до зоны '*privacy*', вторжение в нее считается грубым нарушением норм общения. Даже такой естественный для русской коммуникации вопрос о том, выходит ли впереди стоящий в автобусе пассажир (*Вы сейчас выходите? — Are you getting off?*), считается у англичан слишком личным, как если бы вы спросили *А куда вы едете?*, и его не задают<sup>7</sup>.

Сближение русских коммуникантов возможно до более близкой отметки. В русской коммуникации Z' — зона интимности, являющаяся важнейшей культурной ценностью русских. Находясь в этой зоне отношений, русские проявляют особую теплоту и сердечность, чего нет в английской культуре, но в то же время не особенно обременяют себя этикетными формулами, которые представляются излишними среди близких, как и недостаточно уважают независимость своего собеседника.

Отсутствие зоны личной автономии (либо ее минимальная, по сравнению с английской, выраженность) во многом определяет стиль коммуникации русских, для которого характерна не дистантность, а контактность. Коммуникативная неприкосновенность в русском коммуникативном сознании выражена слабо, что проявляется как в вербальном, так и невербальном поведении: допустимость прикосновений, физического контакта, практически отсутствие тематических табу, возможность задавать личные вопросы, вмешиваться в разговор, перебивать, делать замечания и давать советы незнакомым, отстаивать свое мнение, спорить, критиковать и т. д. По этой же причине степень допустимого воздействия на собеседника в русской культуре гораздо выше. Не во всех контекстах подобное поведение счи-

<sup>7</sup> На вопрос о том, могу ли я задать этот вопрос в транспорте, мой английский собеседник удивленно ответил: *But why should you know that?* (Но зачем тебе об этом знать?). По нормам английской культуры в данной ситуации следует сказать *Excuse me* (Извините) или *Excuse me. I'm getting off* (Извините, я выхожу).

тается вежливым, однако на бытовом уровне оно вполне допустимо и не препятствует общению.

Зона власти ( $Z''$ ), которая более значительна в русском коммуникативном пространстве, чем в английском, отражает такие культурные ценности, как равенство в английской культуре и уважение к тем, кто старше (по возрасту и/или статусу), в русской. Данные различия также находят отражение в коммуникативном поведении и принятых нормах: различие в русском языке *ты / Вы* форм, наличие обращения по имени-отчеству, большие коммуникативные права тех, кто обладает более высоким статусом (старший может назвать младшего по имени, младший старшего, как правило, нет; старший может допустить прямое побуждение в адрес младшего собеседника, младший, как правило, смягчает свое побуждение при обращении к старшему и т. д.). В английской культуре различия в стиле коммуникации при симметричных и асимметричных отношениях выражены в значительно меньшей степени (мать может сказать сыну: *Would you mind popping down to the shop?* /учитель — ученикам: *Could I draw your attention to the blackboard?*).

Третья из несовпадающих зон ( $Z'''$ ) свидетельствует о том, что английское коммуникативное пространство шире, чем русское, т. е. оно охватывает большее количество людей. Здесь мы видим проявление оппозиции «свой — чужой», характерной для русской коммуникативной культуры, и ее отсутствие в английской, в результате чего в сферу английской коммуникации часто попадают «чужие», которых русские коммуниканты уже не замечают. Русские, как правило, не улыбаются «чужим», избегают визуального контакта, не здороваются с ними, намного реже говорят им *спасибо* и *извините*, не обращают на них внимания. Их коммуникативное пространство уже, и на тех, кто вне его, нормы вежливого поведения часто не распространяются.

В английской культуре, напротив, в зону внимания попадают не только знакомые, но и незнакомые: встретившись взглядом, люди улыбаются; оказавшись с незнакомыми в лифте или встретившись в коридоре университета, офиса, отеля, здороваются и т. д. В английской коммуникативной культуре на «чужих», в данном случае незнакомых, распространяется в основном тот же стиль поведения, что и на «своих», что свидетельствует о том, что поведение англичан в меньшей степени зависит от дистанции, чем поведение русских (это касается как вертикальной, так и горизонтальной дистанции).

На разное поведение русских в зависимости от того, с кем они общаются (со «своими» или с «чужими»), обращают внимание и зарубежные исследователи. Так, М. Хонканен и А. Миклуха отмечают, что у русских есть две различные жизни: публичная и частная; на людях русские могут казаться грубыми, невежливыми, пассивными и неразговорчивыми, а в частной жизни они расслабленные, теплые, сочувствующие, внимательные, спонтанные и общительные [Honkanen, Mikluha 1998: 15, цит. по Лехтонен, Поталуй 2002: 94]. По нашим наблюдениям, можно выделить три типа поведения русских: с «чужими» (с незнакомыми), «своими-далекими» (формальные отношения) и «своими-близкими» (интимные отношения). При этом наиболее вежливое поведение наблюдается по отношению к членам второй группы, т. е. к «своим-далеким», отношения с которыми носят дистантный характер (например, с коллегами). По отношению к «чужим», которые часто не попадают в коммуникативное пространство (прохожие на улице, пассажиры в транспорте), и к «своим-близким», к тем, кто входит в зону интимности (к членам семьи, например), русские часто допускают невежливость и даже грубость.

Возможно, здесь мы видим еще одно проявление противоречивого русского характера, основанного на противоположностях, что отмечалось многими исследователями. Т. Г. Стефаненко цитирует по этому поводу интересное высказывание немецкого философа В. Шубарта, который, противопоставляя русскую «культуру конца» западной «культуре середины», видел основу русской души в особенностях православия:

Русской душе чужда срединность. У русского нет амортизирующей средней части, соединяющего звена между двумя крайностями. В русском человеке контрасты — один к другому впритык, и жесткое их трение растирает душу до ран. Тут грубость рядом с нежностью сердца, жестокость рядом с сентиментальностью, чувственность рядом с аскезой, греховность рядом со святостью [Шубарт 1997, цит. по: Стефаненко 2004: 144].

Отмеченная на диаграмме асимметрия социальных отношений и коммуникативных пространств объясняет, таким образом, многие особенности поведения, которые проявляются в межкультурном общении. Становится понятным, например, почему в общественных местах русские воспринимаются иностранными наблюдателями как грубые, невежливые и мало эмоциональные люди. Вместе с тем, отмечая большую, чем у европейцев и американцев, холодность рус-

ских при анонимных контактах, они подчеркивают их теплоту, сердечность во внутригрупповых отношениях, особую значимость друзей и дружбы (см. [Stephan, Abalakina-Паар 1996; Wierzbicka 1999; Виссон 1999; 2003; Сергеева 2004 и др.]).

Асимметрия социально-культурных отношений и ценностей отражается на асимметрии систем вежливости, характерных для рассматриваемых культур. Она дает нам ключ к пониманию различий в поведении людей, поскольку четко проявляется в том, как люди используют язык в процессе общения. Различия в системах вежливости касаются не только речевых формул, их лексико-грамматической структуры, семантического и прагматического значений, особенностей функционирования, но и стратегий вежливости, которые также имеют национально-культурную специфику.

Все это свидетельствует о том, что вежливость представляет собой социальное явление и рассматривать ее необходимо в аспекте социально-культурных отношений. Изучение категории вежливости в межкультурном аспекте имеет важное значение для систематизации и объяснения различий в коммуникативном поведении представителей различных культур, для повышения эффективности межкультурного взаимодействия. В связи с этим интерес, проявляемый к данной коммуникативной категории в последнее время, представляется актуальным и обоснованным.

## 2.3. Вежливость как предмет научного исследования

### 2.3.1. Основные направления изучения категории вежливости

Интерес к проблемам межкультурной коммуникации и национально-культурной специфике поведения, характерный для последних десятилетий, сопровождается все возрастающим научным интересом к вежливости, являющейся важнейшей категорией коммуникативного сознания.

Возросший интерес к категории вежливости указывает на важность этого вопроса в человеческих взаимоотношениях в целом и в межкультурном общении в особенности. Как уже отмечалось, в процессе коммуникации происходит не только обмен информацией, но также демонстрируются отношения собеседников друг к другу, уста-

навливаются, поддерживаются, прекращаются социальные контакты. В этой связи исследователи предлагают выделять *транзакционное общение*, ориентированное преимущественно на передачу информации, и *интеракционное общение*, целью которого является установление и поддержание межличностного контакта, достижение взаимопонимания, гармонии в общении [Орлов 1991: 89]. Для второго типа общения в данной книге мы используем термин *межличностное общение*.

Вежливость как предмет научного исследования традиционно связывают с культурой речи, речевым этикетом, которым уделяется большое внимание [Гольдин 1978, 1983, 2002; Формановская 1987, 1989, 2002; Граудина, Ширяев 1998 и др.]. В последнее время наблюдается тенденция выделять вежливость в отдельную научную проблему, к которой проявляют интерес специалисты многих гуманитарных наук, таких как психология, этнопсихология, культурология, антропология, психолингвистика, социоллингвистика, прагматика, прикладная лингвистика, коммуникация и др., и это не случайно, так как данная категория может рассматриваться только на междисциплинарном уровне и в межкультурном аспекте.

Толчком к изучению вежливости в межкультурном аспекте послужила ставшая хрестоматийной монография П. Браун и С. Левинсона *Politeness: Some universals in language usage* [Brown, Levinson 1987] и их более ранняя публикация *Universals in language usage: politeness phenomena* [Brown, Levinson 1978].

За последние 25–30 лет появилось большое количество статей, монографий, диссертаций по вопросам вежливости и различным аспектам ее изучения, в том числе в разных культурах [Goody 1972, 1978; Lakoff 1973; Coulmas 1981; Laver 1981; Kochman 1984; Kasher 1986; Ogino 1986; House 1989; Blum-Kulka et al. 1989; Brown, Gilman 1989; Fraser 1990; Hwang 1990; Kasper 1990; Blum-Kulka 1992; Sifianou 1992; Watts et al. 1992, Janney, Arndt 1992, 1993; Holmes 1995, Ambady et al. 1996; Aijmer 1996; Pizziconi 2003 и многие другие]. Журнал *“Journal of Pragmatics”* посвятил этой теме специальные выпуски (14:2, 21:5).

Категория вежливости является предметом изучения многих гуманитарных наук и исследуется в различных направлениях. Отдельный раздел *Politeness* стал неотъемлемой частью монографий по прагматике [Thomas 1995; Grundy 2000], социолингвистике [Lavandera 1988; Fasold 1990; Coulmas 1997; Downes 1998; Holmes 2001], антропологической лингвистике [Foley 1997: 260–334], межкультурной ком-

муникации [Scollon, Scollon 2001: 43–59; Guirdham 1999: 145–151]. Большой интерес представляют исследования сопоставительного плана, поскольку только в результате сопоставления можно выявить особенности коммуникативного поведения, различия в стратегиях вежливости [House, Kasper 1981; Olshtine 1983; Slama-Sazaku 1986; Takahara 1986; Braun 1988; Pavlidou 1994; Lipson 1994; Suszczynska 1999 и др.].

Начало нового тысячелетия ознаменовалось публикацией новых фундаментальных работ в этой области, посвященных анализу существующих концепций и дальнейшей разработке теории вежливости [Eelen 2001; Watts 2003; Locher, Watts 2004], рассмотрению вежливости в гендерном и социолингвистическом аспектах [Holmes, Stubbe 2003; Mills 2003; Locher 2004; Holmes, Schnurr 2005; Marquez Reiter 2006], выявлению национально-культурной специфики вежливого общения в разных странах, в частности, в Турции, Греции, Японии, в ряде европейских и латиноамериканских стран (см. [Bayraktaroglu, Sifianou 2001; Usami 2002; Hickey, Stewart 2005; Placencia 2006], а также изучению вежливости в сопоставительном межкультурном аспекте [Marquez Reiter 2000; Fukushima 2000; Leech 2005]. С созданием в 2005 году международной исследовательской группы *Linguistic Politeness Research Group* начал издаваться специальный журнал по проблемам вежливости *Journal of Politeness Research*.

Российские исследователи также все чаще обращаются к данной проблеме [Алпатов 1973; Хохлова 1973; Скорбатюк 1977; Формановская 1987, 1998, 2002; Земская 1997, 2004; Фирсова 2000; Шамьенова 2000; Зацепина 2002; Романова 2002; Карабань 2006 и др.]. В той или иной степени вежливость в русском языке рассматривалась в сопоставлении с английским, итальянским, немецким, польским, монгольским, кабардинским языками [Харчарек 1998; Зэгиймаа 1998; Володина 2000; Горбачевская 2000; Ларина 2003; Стернин, Ларина, Стернина 2003; Улимбашева 2003; Кузьменкова 2005 и др.].

Все эти многочисленные публикации свидетельствуют об огромном интересе, который вызывает у исследователей данная проблема, о ее важности, многоаспектности и в то же время об отсутствии единства во взглядах на то, как следует определять вежливость, что она собой представляет и каковы механизмы ее действия в различных культурах.

### 2.3.2. Основные концепции теории вежливости

Среди существующих концепций можно выделить несколько основных:

- вежливость как социальная норма;
- вежливость как речевые максимы, правила [Grice 1975; Lakoff 1972, 1973, 1975; Leech 1983];
- вежливость как «сохранение лица» [Goffman 1967, 1972; Brown, Levinson 1978, 1987; Scollon, Scollon 1981, 1983];
- вежливость как договор о ведении диалога [Fraser, Nolen 1981; Fraser 1990];
- вежливость как такт [Janney, Arndt 1992];
- вежливость как понятие дискурса [Watts 2003];
- вежливость как этическая и прагматическая категория [Формановская 1998];
- вежливость как оценка статуса человека [Карасик 2002а].

Взгляд на вежливость как на социальную норму (the social norm view) предполагает, что действия, соответствующие этикетным нормам, расцениваются как вежливые; те, что не соответствуют им, считаются грубыми. Данная концепция не получила широкого признания (см. [Fraser 1990]). При таком взгляде на вежливость последняя рассматривается как соблюдение социальных норм поведения, которые существуют в каждом обществе и содержатся в книгах по этикету, как, например, «избегайте тем, связанных с событиями или обстоятельствами, которые могут быть восприняты болезненно» (“*avoid topics which may be supposed to have any direct reference to events or circumstances which may be painful*” — цитата из “*Ladies’ Book of Etiquette and Manual of Politeness*”) (цит. по [Kasher 1986]). Такой взгляд на вежливость исторически связывает ее со стилем речи, когда чем выше формальность общения, тем выше степень вежливости. Однако проведенные в этом направлении эксперименты и наблюдения показали, что формальность в неформальной обстановке воспринимается не как вежливость, а как грубость [Fraser 1990; Thomas 1995; Watts 2003], принцип правильности не должен противоречить принципу уместности [Орлов 1991: 87].

Взгляд на вежливость как речевые максимы, правила (the conversational-maxim view) связан прежде всего с именами П. Грайса, Р. Лакоффа, Дж. Лича. В своей работе *Logic and Conversation*, написанной в 1967 году и изданной в 1975, П. Грайс впервые попытался



сформулировать правила, которым следуют собеседники в процессе общения. Он исходил из того, что собеседники заинтересованы в эффективности передачи информации, и выдвинул идею о том, что коммуниканты в процессе обмена информацией сотрудничают друг с другом, внося свой вклад в построение и протекание дискурса. Этот широко известный принцип кооперации, сотрудничества ('*co-operative principle*') включает 4 постулата: количества, качества, отношения и манеры речи. Каждый из них состоит из более специфичных максим, которые регулируют речевое поведение: сообщай столько информации, сколько требуется для осуществления конкретных целей общения; не говори больше, чем требуется; не говори того, что наверняка неверно; выражай свои мысли ясно; избегай неточности выражения; избегай неоднозначности; будь краток (избегай ненужного многословия); излагай свои мысли четко.

Эти максимы речевого общения являются руководством к рациональному использованию языка и качественно отличаются от правил грамматики. Если нарушение правил грамматики свидетельствует о незнании языка, нарушение речевых максим может быть воспринято как сигнал об определенных намерениях говорящего. В одной ситуации возможно использование нескольких максим.

П. Грайс не претендовал на то, что предложенный им свод правил речевого общения является полным. Он допускал, что, помимо перечисленных, возможны и другие максимы этического, морального, социального характера, такие, как «будь вежлив» [Grice 1975: 47]. Он также признавал, что выделенные им правила нацелены на эффективность и информативность и не принимают во внимание экспрессивный аспект речи. Они, скорее, подходят для делового, а не повседневного общения. Однако, как отмечалось, целью повседневного общения является не только эффективная передача информации, т. е. *транзакционное* общение, но и *интеракционное* общение, нацеленное на установление межличностного контакта. Говоря об универсальности выделенных максим, П. Грайс подчеркивал, что они составляют «разумное» ('*reasonable*'), «рациональное» поведение, не уточняя при этом, что имеется в виду.

Идея об универсальности максим была подвергнута критике со стороны Д. Хаймса, который подчеркивал, что в каждом обществе есть свои представления о количестве, качестве, релевантности и ясности речи [Hymes 1986: 73]. Именно поэтому во многих культурах данные максимы регулярно нарушаются, что находит подтвер-

ждение в многочисленных межкультурных и кросскультурных исследованиях, проведенных со времени выхода работы П. Грайса.

Р. Лакофф [Lakoff 1973] одной из первых попыталась применить постулаты П. Грайса при рассмотрении вежливости. Она выдвинула мысль о том, что грамматики не должны ограничиваться только грамматическими правилами, в них также должны быть представлены правила прагматики [Lakoff 1973: 296].

Она сформулировала два основных правила, названных ею правилами прагматической компетенции:

1. Излагай свою информацию ясно (Be clear).
2. Будь вежлив (Be polite).

Интересно отметить, что, по мнению Р. Лакофф, ясность и вежливость иногда не совместимы. Если главная цель говорящего — передать информацию, то основное внимание сосредоточено на ясности сообщения; если же принимается во внимание статус собеседника и/или ситуация общения, то говорящий больше сосредоточен на выражении вежливости. Очень часто эти два правила вступают в конфликт. В таких случаях чаще всего ясность приносится в жертву вежливости, так как в повседневном общении мы в большей степени заинтересованы в установлении и поддержании социальных отношений, чем в точной передаче информации.

По мнению Р. Лакофф, все постулаты П. Грайса подпадают под ее первое правило ('be clear' — выражайся ясно), при этом она отмечает, что коммуникация, строго подчиненная данным постулатам, была бы скучной и очень формальной, вследствие чего в повседневном общении эти правила постоянно нарушаются.

Второе прагматическое правило Р. Лакофф ('be polite' — будь вежлив) в свою очередь включает в себя три правила вежливости:

- Не навязывай себя и свои желания (Don't impose);
- Предоставляй выбор (Give options);
- Веди себя так, чтобы собеседнику было приятно, будь дружелюбным (Make A feel good — be friendly).

Первое правило связано с дистанцией и формальностью и характерно для «формальной вежливости» (Formal Politeness). Второе применимо в тех случаях, когда нужна «неформальная вежливость» (Informal Politeness). Третье правило касается «интимной вежливости» (Intimate Politeness), когда говорящий использует разные средства для того, чтобы адресат почувствовал, что ему симпатизируют и его любят. При этом Р. Лакофф отмечает, что в общем все правила нацеле-

ны на достижение этой цели (make A feel good), разница в том, что достигают они этого по-разному [Lakoff 1973: 303].

Несмотря на то, что работа Р. Лакоффа называется «Логика вежливости» (Logic of politeness), в ней нет определения этого понятия. Безусловно, вежливость представляет собой категорию более широкого плана и не может быть сведена к трем правилам. Соотнесение названных правил с тремя типами вежливости также требует уточнений при рассмотрении данной категории в межкультурном аспекте. Так, например, в русской культуре при неформальном общении вовсе не обязательно соблюдать правило *предоставляй выбор*. В английской культуре это правило не ограничивается только сферой неформального общения. Тем не менее работа Р. Лакоффа была первой интересной попыткой понять, что представляет собой данное явление.

Дальнейшее развитие максимы речевого общения применительно к вежливости нашли в известной книге Дж. Лича *Principles of Pragmatics* [Leech 1983], где он развивает идеи, изложенные в его предыдущей работе *Language and Tact* [Leech 1980]. Вслед за П. Грайсом и Р. Лакофф он исходит из того, что существует набор правил, субправил, которыми руководствуются люди в процессе общения. Дж. Лич также не дает четкого определения вежливости, но отмечает, что вежливость — важный прагматический фактор, регулирующий общение.

В рамках прагматики Дж. Лич выделяет текстуальную риторику (Textual Rhetoric) и межличностную риторику (Interpersonal Rhetoric), для каждой из которых характерны определенные принципы. Принцип вежливости рассматривается им в рамках межличностной риторики наряду с принципом кооперации П. Грайса и принципом иронии.

Дж. Лич рассматривает вежливость как область риторической прагматики. Он отмечает, что принцип вежливости в большей степени регулирует общение, чем принцип кооперации: он поддерживает социальное равновесие и дружеские отношения между собеседниками и дает понять, что прежде всего они заинтересованы в сотрудничестве друг с другом [Leech 1983: 82]. Так же, как и П. Грайс, Дж. Лич уточняет свои принципы и выделяет 6 максим [Leech 1983: 67]:

*Максима такта (Tact Maxim)*: Уменьшайте затраты слушающего, увеличивайте выгоду слушающего. (*Метамаксима*: Не ставьте других в ситуацию, когда они вынуждены нарушить максиму такта).

*Максима великодушия (Generosity Maxim)*: Уменьшайте собственную выгоду, увеличивайте выгоду слушающего.

**Максима одобрения (Approbation Maxim):** Уменьшайте осуждение (порицание) слушающего, больше хвалите.

**Максима скромности (Modesty Maxim):** Меньше хвалите себя, больше порицайте себя.

**Максима согласия (Agreement Maxim):** Уменьшайте разногласия между вами и собеседниками, увеличивайте согласие.

**Максима симпатии (Sympathy):** Уменьшайте антипатию между вами и собеседниками, увеличивайте симпатию [Leech 1983: 16].

Дж. Лич отмечает, что в процессе общения принцип кооперации П. Грайса взаимодействует с его принципом вежливости и является его дополнением. Он допускает возможность кросскультурной вариативности, делая предположение о том, что в разных культурах предпочтение может отдаваться разным максимам.

П. Браун и С. Левинсон [Brown, Levinson 1978, 1987], предлагают рассматривать вежливость как сохранение лица. Понятие *лица* как важнейшей социальной ценности было введено впервые Э. Гоффманом [Goffman 1967]. П. Браун и С. Левинсон, развивая этот взгляд на вежливость, называют *лицо* универсальным понятием, представляющим собой своеобразный социальный имидж, в сохранении которого заинтересован каждый член общества [Brown, Levinson 1978: 66; 1987: 61]. Это понятие, по мнению авторов, универсально. Действительно, и в русском языке мы также встречаем выражения, где слово *лицо* соответствует понятию *социальный имидж*: *сохранить лицо, потерять лицо, не ударить лицом в грязь, плевать в лицо*<sup>8</sup>.

В процессе общения участники коммуникации заинтересованы в сохранении как своего лица, так и лица партнера. При этом сохранение лица — это не цель коммуникации, а условие, без выполнения которого нормальное общение невозможно. Уметь выполнять это условие должен каждый член общества. Э. Гоффман образно отмечает, что научиться сохранять лицо — это все равно, что выучить правила дорожного движения применительно к сфере социального взаимодействия (*'To study face-saving is to study the traffic rules of social interaction'*) [Goffman 1972: 323].

<sup>8</sup> *Loose face* — *потерять лицо*, доброе имя, скомпрометировать себя; *Save one's* или  *smb.'s face* — *спасти, сохранить лицо*, репутацию, престиж [АРФС]. *Не ударить лицом в грязь* — не оплошать, не осрамиться; показать себя с лучшей стороны; *Плевать в лицо* — выражать в резкой форме крайнюю степень презрения, пренебрежения, неуважения к кому-либо [ФСРЯ].

П. Браун и С. Левинсон предлагают различать «негативное лицо» (*Negative Face*) и «позитивное лицо» (*Positive Face*) [Brown, Levinson 1978; 1987]. Под негативным лицом они понимают желание каждого взрослого человека иметь свободу действий, недопустимость вмешательства со стороны других (*'the want to have his freedom of action unhindered'*) [Brown, Levinson 1987: 129], то есть «желание быть независимым»; под позитивным — «желание быть желанным» другими (*'the want of every member that his wants be desirable to at least some others'*) [ibid.: 62].

Вступая в общение, собеседники заинтересованы в том, чтобы поддерживать и сохранять лицо друг друга. Для этой цели они используют целую систему коммуникативных стратегий. Авторы вводят такие понятия, как *позитивная вежливость* (*positive politeness*) и *негативная вежливость* (*negative politeness*), которые имеют противоположную направленность. Каждый из этих типов вежливости представляет собой систему коммуникативных стратегий, при помощи которых достигаются основные цели вежливого общения.

По мнению авторов этой теории, языковая вежливость выполняет коммуникативную функцию и несет в себе определенную информацию. Так, в высказывании *"I would really like it if you would shut the door"* говорящий выражает не только просьбу, но и свое намерение быть вежливым, в то время как в высказывании *"Shut the door"*, употребленном в тех же условиях общения, информация о таком намерении отсутствует.

Хотя, как и Дж. Лич, П. Браун и С. Левинсон признают, что вежливость может иметь культурные различия, они в большей степени делают акцент на универсальную сторону данного явления, что проявляется в самом названии их труда — *Politeness: some universals in language usage* (Вежливость: некоторые универсалии в употреблении языка).

Утверждение универсальности вежливости и универсальности такого понятия, как «лицо», в действительности отразивших западную, «евроцентричную» (*eucentric*) модель, послужило основным поводом для критики данного подхода, которой он подвергается со стороны исследователей, изучающих вежливость в меж/кросскультурном аспекте, уже на протяжении более двух десятилетий (см., например, [Ide 1989, 1992; Blum-Kulka, House, Kasper 1989; Gu 1990; Nwoye Og 1992; Mao 1994; Meier 1995; Goldsmith, MacGeorge 2000; Ji SJ 2000; Eelen 2001; Watts 2003 и др.]).

Как понятие *вежливость*, так и понятие *лицо* (подобно другим концептуальным понятиям — *власть*, *выгода*, *импозиция* и др.) имеют разное содержание в разных культурах. Так, английское коммуникативное поведение отличается более ярко выраженной ориентацией на сохранение лица, чем русское. Во многих культурах, в частности китайской, японской, нормы поведения ориентированы не на сохранение лица индивида, а на сохранение лица группы. Кроме того, по мнению ряда исследователей, предложенная теория отражает чрезмерно пессимистичный взгляд на общественное взаимодействие [Schmidt 1980: 104], которое рассматривается как постоянное отслеживание угрозы лицу коммуникантов и изобретение стратегий ее преодоления, что лишает процесс общения всякого удовольствия:

‘social interaction becomes an activity of continuous mutual monitoring of potential threats to the faces of the interactants, and of devising strategies for maintaining the interactants’ faces — a view that if always true, could rob social interaction of all elements of pleasure’ [Nwoye 1992: 311].

Р. Уоттс рассматривает теорию П. Браун и С. Левинсона как попытку показать, как реализуется языковая вежливость (how individuals produce linguistic politeness) [Watts 2003: 85]. Существенным недостатком данной теории он считает тот факт, что в поле зрения авторов не попал противоположный аспект поведения — невежливость — и такие его проявления, как агрессивность, грубость, оскорбление. Кроме того, вежливость рассматривается только с позиции субъекта, т. е. без учета ответной реакции на его действия со стороны объекта и без оценки им этих действий. По мнению Р. Уоттса, который предлагает рассматривать вежливость как явление дискурса, только объект может оценить действия субъекта с точки зрения вежливости/невежливости. Кроме того, он предлагает не ограничиваться дихотомической оценкой поведения участников коммуникации, а рассматривать его шире — как вежливое, невежливое и социально допустимое, или социально уместное (socially appropriate), последнее он называет *politic behaviour*. Уоттс рассматривает вежливость как средство адаптации нашего поведения к тому или иному типу взаимодействия, в который мы оказались вовлечены, благодаря чему оно оказывается уместным, соответствующим ожиданиям [Watts 2003: 143].

Однако, несмотря на критику, теория П. Браун и С. Левинсона по-прежнему остается наиболее значимой в данной области и предлагает эффективный инструмент для понимания коммуникативного

поведения собеседников в процессе общения. При этом, становясь на сторону оппонентов, подчеркнем, что, несмотря на универсальный характер категории вежливости, конкретная ее реализация имеет национальную специфику, которая и проявляется в особенностях коммуникативного поведения представителей различных лингвокультур.

### 2.3.3. Типы и уровни вежливости

Для того чтобы быть вежливым в межкультурном общении, недостаточно иметь языковые знания, то есть знать этикетные формулы, существующие в языке общения. Часто, несмотря даже на кажущуюся эквивалентность, они имеют иное значение. Необходимо знать, в каком коммуникативном контексте они могут быть использованы, каково их прагматическое значение, какова сила воздействия на собеседника. Кроме того, надо знать, какие коммуникативные действия уместно совершать в той или иной ситуации общения: сказать *спасибо* или дать оценку, сделать акцент на свои желания или поинтересоваться желаниями партнера, утверждать или задать вопрос и т. д. Поскольку предвидеть, а тем более запомнить все ситуации общения с учетом особенностей коммуникативного контекста невозможно, наиболее перспективным представляется, на наш взгляд, знание стратегий вежливости, типичных для изучаемой культуры, и умение их использовать в речевом общении.

Различия в системах вежливости касаются не только речевых формул, их лексико-грамматической структуры, семантического и прагматического значений, особенностей функционирования, но и стратегий вежливости, которые также имеют национально-культурную специфику.

Взгляд на вежливость как на систему стратегий представляется наиболее значимым в теории П. Браун и С. Левинсона, выделяющих два типа вежливости — позитивную (Positive Politeness) и негативную (Negative Politeness) [Brown, Levinson 1987]. Первая основана на сближении (*approach-based*), вторая — на дистанцировании (*avoidance-based*). Каждый из этих типов вежливости, как отмечалось, представляет собой систему коммуникативных стратегий, при помощи которых достигаются основные цели вежливого общения.

Демонстрация солидарности и сохранение дистанции, по утверждению авторов, составляют суть вежливого поведения, то есть быть

вежливым можно в том случае, если ты демонстрируешь собеседнику свою солидарность и в то же время сохраняешь определенную дистанцию, выражая таким образом свое уважение к нему. При этом, с их точки зрения, негативная вежливость играет более значимую роль, чем позитивная. Негативную вежливость они называют ядром вежливого поведения, в то время как позитивная вежливость, на их взгляд, менее очевидна.

Позитивная и негативная вежливость раскрывают основной механизм человеческих взаимоотношений, основанный на противоположных действиях, совершаемых коммуникантами в процессе общения: сближении и отдалении. Вступая в контакт и в дальнейшем поддерживая его, необходимо приблизить собеседника, сократить разделяющую дистанцию. Для этой цели используются стратегии позитивной вежливости. При этом нельзя приближаться слишком близко. Для демонстрации своего взаимного почтения, уважения независимости партнеры прибегают к стратегиям дистанцирования. Другими словами, вежливость представляет собой соблюдение баланса, равновесия между демонстрацией солидарности и дистантности отношений.

Для обозначения названных типов вежливости в социолингвистической литературе существуют и другие термины. Позитивная вежливость называется также *'solidarity politeness'* (вежливость солидарности) [Scollon, Scollon 1981: 175; 1983: 167], *'community'* (общность) [Tannen 1981: 385; 1984: 15], *'involvement'* (вовлеченность) [Scollon, Scollon 2001: 48]. Все эти термины раскрывают ее основную функцию — сближение партнеров по коммуникации. Негативная вежливость называется также *'deference politeness'* (вежливость почтения) [Scollon, Scollon 1981; 1983], *'independence'* (независимость) [Tannen 1981; 1984; Scollon, Scollon 2001: 48], основной акцент делается на почтение, формальность, уважение автономии собеседников, соблюдение дистанции.

Соглашаясь в принципе с мнением о нецелесообразности изобретения новых терминов для понятий, которые уже имеют устоявшиеся названия [Sifianou 1992: 34], считаем, что термины *'involvement'* (вовлеченность) и *'independence'* (независимость) [Scollon, Scollon 2001] являются более подходящими, чем *'positive'* и *'negative'*, во всяком случае, для лингвометодической литературы, так как они указывают на основную функцию двух типов вежливости и не содержат при этом оценочных коннотаций.



Поскольку позитивная вежливость направлена на солидарность, а негативная — на формальность, в русском варианте они могут быть названы также вежливость солидарности (позитивная вежливость) и вежливость почтения (негативная вежливость). Однако наиболее предпочтительными, на наш взгляд, представляются термины вежливость сближения (или вежливость контакта) и вежливость отдаления (или вежливость дистанцирования). Как и термины П. Браун и С. Левинсона, с одной стороны, они указывают на разнонаправленные коммуникативные действия, с другой — подчеркивают полярность данных стратегий. Их мы и будем использовать в дальнейшем.

Сближение и дистанцирование можно назвать гиперстратегиями вежливости, используемыми для достижения наиболее общих коммуникативных целей, которые и определяют два названных типа вежливости. Каждая из них, в свою очередь, достигается при помощи системы более частных стратегий, некоторые из которых было бы целесообразнее называть тактиками, поскольку они представляют собой одно частное действие, способствующее реализации более общей стратегии. Однако, чтобы избежать разночтений, в данном исследовании будем преимущественно употреблять термин *стратегия*, используемый П. Браун и С. Левинсоном, для всех случаев. Существенного противоречия здесь нет, поскольку стратегия и тактика связаны как род и вид (см. также [Иссерс 2006: 110]).

В исследованиях в области кросскультурной коммуникации больше внимания уделяется стратегиям негативной вежливости, то есть стратегиям дистанцирования. Существует мнение, что вежливость, являясь необходимым условием общения, особенно важна при побуждении партнера к действию (см., например, [Формановская 1998: 62]). Мы разделяем точку зрения тех исследователей, которые считают, что в процессе общения позитивная вежливость важна в не меньшей степени, чем негативная [Kerbrat-Orecchioni 1997; de Ayala 2001]. Оба типа вежливости должны рассматриваться как две стороны одной медали, хотя при этом следует иметь в виду, что их размер и форма могут оказаться разными, то есть соотношение позитивной и негативной вежливости может быть различным в разных культурах.

Разные типы стратегий связаны с разными речевыми актами. Стратегии позитивной вежливости, которые направлены на сближе-

ние собеседников, демонстрацию взаимных симпатий, связаны, прежде всего, с экспрессивами, основная функция которых состоит в выражении отношений говорящего к происходящему (приветствие, благодарность, оценка, комплимент и др.). Стратегии негативной вежливости, главная цель которых — демонстрация уважения личной автономии адресата, связаны прежде всего с побудительными речевыми актами, в которых говорящий оказывает коммуникативное давление на собеседника. М. Сифиану, характеризуя данные типы вежливости, отмечает, что негативная вежливость минимизирует невежливость невежливых иллокуций, в то время как позитивная вежливость усиливает вежливость вежливых иллокуций [Sifianou 1992: 29]. Поскольку в одном и том же речевом акте может быть применено несколько стратегий вежливости, представляется нецелесообразным их изолированное рассмотрение. После краткой характеристики основных стратегий английской вежливости рассмотрим их действие на примере ряда речевых актов в двух коммуникативных культурах.

Стратегии позитивной и негативной вежливости, выделенные П. Браун и С. Левинсоном, охватывают основные приемы, используемые коммуникантами в повседневном общении, прежде всего в фатической коммуникации, и наглядно показывают, как действует механизм человеческих взаимоотношений. Предложенный ими перечень стратегий, очевидно, не является окончательным. При рассмотрении других лингвокультур он должен быть уточнен и дополнен. Тем не менее он может послужить удобной основой для межкультурных исследований, особенно в тех случаях, когда одним из сопоставляемых языков является английский язык.

Помимо вежливости дистанцирования и вежливости сближения, в основе которых лежат разнонаправленные коммуникативные действия, представляется целесообразным выделять типы, или уровни, вежливости по стилистическому принципу — на основе трехчленной структуры языковых стилей: книжного, нейтрального и разговорного. Поскольку вежливость в нашем понимании охватывает все стили речи, в ней, в соответствии с данной структурой, можно выделить высокий, средний и низкий уровни вежливости, или, соответственно, формальную, нейтральную и неформальную вежливости. Точкой отсчета является средний уровень вежливости, характерный для нейтрального стиля, который Ю. С. Степанов определяет как манеру речи, закрепленную общественной традицией за нейтральными жизненными ситуациями, та-

кими как деловое общение людей на работе, в магазине, в быту [Степанов 1975: 205]. Нейтральный стиль лишен какой-либо специфической окраски — книжности или фамильярности. Высокий уровень вежливости (формальная вежливость) характерен для официального общения собеседников, разделенных значительной дистанцией, он подчеркивает дистантность и формальность отношений. Низкий уровень вежливости (неформальная вежливость) допустим при общении близких людей, он свидетельствует о высоком уровне интимности и солидарности и характерен для разговорно-фамильярного стиля речи.

Уровни вежливости связаны с языковыми средствами, которые выбирает говорящий для реализации своих коммуникативных интенций. В том случае, если они соответствуют конкретному коммуникативному контексту и коммуникативным ожиданиям партнера, на прагматическом уровне фраза будет воспринята как вежливая, независимо от того, как она построена, какие языковые средства в ней используются. Например, приглашение на конференцию в зависимости от отношений между приглашающим и приглашаемым может звучать следующим образом: *Глубокоуважаемый Сергей Сергеевич! Мы были бы весьма признательны, если бы Вы любезно согласились принять участие в нашей конференции по... / Уважаемый Сергей Сергеевич! Мы рады пригласить Вас на конференцию по... / Привет, Сережа! Мы проводим конференцию по... Как всегда ждем.* Все три приглашения могут быть адресованы одному и тому же человеку и являются вежливыми в том случае, если первое адресовано известному ученому, с которым у приглашающего нет никаких отношений (т. е. дистанция максимальная); второе — коллеге из другого института, с которым поддерживаются научные контакты; третье — другу. Уровень вежливости при этом различен.

Таким образом, с нашей точки зрения, такие фразы, как *Здорово, мужички!* или *Привет, Тань!*, являются вежливыми, хотя и не эксплицируют «почтительность, галантность, корректность, особую меру уважительности» [Формановская 1998: 256].

В связи с тем, что вежливость является категорией прагматической и степень вежливости можно определить только в контексте, представляется целесообразным различать предложенные Дж. Личем абсолютную шкалу вежливости (*absolute politeness scale*) и относительную шкалу вежливости (*relative politeness scale*) [Leech 2005]. В первом случае степень вежливости

высказывания можно определить вне контекста (*Can you help me?* является более вежливым, чем *Could you possibly help me?*), т. е. степень вежливости определяется на уровне семантики высказывания. Во втором случае степень вежливости определяется в контексте — в соответствии с нормами конкретной социальной группы и ситуацией общения, т. е. на уровне прагматики. Так, фраза *Could I possibly interrupt*, адресованная члену семьи, может быть воспринята как чрезмерно вежливая, содержащая сарказм. Таким образом, можно говорить об абсолютной вежливости, определяемой на уровне семантики, и об относительной вежливости, определяемой на уровне прагматики.

#### 2.4. Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория

При рассмотрении вопроса о вежливости в межкультурном аспекте следует исходить из того, что понимание вежливости у разных народов различно. Как уже отмечалось, у одних народов вежливость может ассоциироваться с почтительностью и даже почитанием, у других — со скромностью, у третьих — с демонстративным вниманием к окружающим. В каждой культуре существует свой концепт вежливости. Разное содержание данного концепта находит свое отражение в языке и речи и проявляется в лексико-грамматических, функциональных, прагматических и дискурсных особенностях.

Поскольку вежливость в разных культурах понимается по-разному, некорректно говорить о том, что один народ невежлив или более вежлив, чем другой, так как для определения степени вежливости отсутствует «культурносвободное» основание (термин А. Вежицкой).

Предпринимаются попытки найти такое основание. Так, Е. А. Ничипорович предлагает рассматривать отсутствие / наличие *интерперсональной границы* в качестве общего основания для констант «душевная теплота / сухость» и «вежливость / невежливость» [Ничипорович 2002: 102]. По мнению автора, в русском речевом сообществе данная константа отсутствует. Вежливость предлагается рассматривать как производную концепта *граница*, а знаки вежливости как маркеры интерперсональных границ [там же]. При всей оригинальности данного взгляда на вежливость вряд ли можно рассчи-

тывать на то, что наличие / отсутствие данной константы объясняет все особенности вежливого / невежливого поведения в той или иной культуре. Кроме того, трудно согласиться с тем, что в русской коммуникации отсутствует константа *интерперсональная граница*. Как в таком случае можно объяснить наличие в русском языке *Вы*-формы и обращений по имени-отчеству и, в то же время, как объяснить допустимость фамильярных, с нашей точки зрения, обращений по имени к старшим по возрасту и статусу в английской культуре, характеризующейся незыблемыми интерперсональными границами?

Что касается русской коммуникативной культуры, то здесь, думается, можно говорить не об отсутствии интерперсональной границы, а о ее подвижности и легкой устранимости на уровне горизонтальных отношений (быстрый переход от «чужой» к «свой — близкий» вплоть до интимной отметки). Однако горизонтальные отношения не объясняют всех коммуникативных особенностей. Необходимо учитывать также и вертикальные отношения. В этом случае мы наблюдаем обратное — наличие интерперсональной границы в русской коммуникативной культуре и ее слабую выраженность в английской (в отношениях «выше — ниже» интерперсональная граница в русской культуре традиционно незыблема, хотя в последнее время здесь наблюдаются некоторые изменения).

Поддерживая утверждение Б. Фрейзера о том, что вежливость — это динамический концепт, меняющийся во временном плане [Fraser 1990], считаем необходимым добавить, что это также и варьирующий концепт, меняющийся в зависимости от территориально-культурной принадлежности. Помимо временного вектора, на содержание вежливости влияет также пространственный вектор.

Вежливость следует рассматривать как коммуникативную категорию. Под коммуникативными категориями понимаются самые общие коммуникативные понятия, упорядочивающие знания человека об общении и нормах его осуществления [Стернин 2002: 5]. Коммуникативные категории отражают коммуникативное сознание человека, они содержат определенные концептуальные знания о коммуникации, а также нормы и правила общения.

Среди коммуникативных категорий, регулирующих коммуникативную деятельность, исследователи выделяют общение, толерантность, коммуникативную неприкосновенность, коммуникативную оценочность, коммуникативное давление и др. (см. [Стернин, Шилихина 2001; Шаманова 2002]).

На наш взгляд, вежливость является центральной коммуникативной категорией, поскольку она носит сквозной характер и интегрирует целый ряд более частных категорий. Именно она является регулятором коммуникативного поведения, ей принадлежит важнейшая роль по обеспечению и организации гармоничного общения.

Как и коммуникативное сознание в целом, категория вежливости, являясь универсальной, имеет национально-культурную специфику и рассматривать ее можно только путем комплексного подхода к данной проблеме: через тип культуры и структуру социальных отношений — к основным культурным ценностям и принятым нормам, правилам коммуникации. Такой подход обладает большими объяснительными возможностями и позволяет понять причину различий в коммуникативном поведении, увидеть, проследить определенную логику в действиях представителей другой культуры.

Тип культуры определяет структуру социальных отношений, наиболее приемлемых для определенного сообщества, жизненные ценности, диктующие нормы и правила межличностного коммуникативного поведения.

Нормы формируют определенную систему взаимоотношений, основанных на правах и обязанностях, систему социального взаимодействия, которая включает мотивы, цели, направленность субъектов действия, само действие, ожидания, оценку и средства [Кравченко 2001: 91]. При этом норма — это не обязательно закон, подлежащий исполнению. В зависимости от строгости соблюдения выделяются привычки, обычаи, традиции, нравы, законы, табу (перечислены по нарастающей). В коммуникации принцип правильности не должен противоречить другому важнейшему лингво-коммуникативному принципу — принципу уместности.

Для соблюдения норм в речевом общении существуют определенные стратегии, зафиксированные в сознании представителей конкретной лингвокультуры, которые регулируют их вербальное поведение в соответствии с коммуникативным контекстом и ожиданиями партнера. Вежливость, на наш взгляд, это, прежде всего, соблюдение норм общения путем использования коммуникативных стратегий, которые отражают социально-культурные ценности и соответствуют коммуникативным ожиданиям партнера.

Вежливость связана с этикетом, описанию которого традиционно уделяется большое внимание исследователей [Титц 1977; Бгажников 1978; Ступин, Игнатъев 1980; Формановская 1987, 1989, 2002;

Байбурин 1988; Байбурин, Топорков 1990; Соколова 1991, Фирсова 1991, Луцева 1999; Яицкая 1999, Морозова 2006, Geertz 1982; Coulmas 1991; Kasper 1997; Li Qing Kinnison 2003 и др.]. Однако эти два важных для коммуникации явления полностью не совпадают. Вежливость шире этикета. Этикет — это свод коммуникативных норм и правил. Вежливость — это система коммуникативных стратегий и тактик, используемых в реальном общении и нацеленных на бесконфликтную коммуникацию и взаимопонимание. Вежливость включает в себя все то, что способствует гармоничному, бесконфликтному общению, несмотря на тот факт, что какие-то из ее элементов могут не являться (на определенном этапе или в конкретной коммуникативной ситуации) нормой, закрепленной этикетом. Выбор стратегий и языковых средств определится условиями общения, т. е. коммуникативным контекстом, намерениями собеседников и коммуникативной целесообразностью.

Мы исходим из того, что вежливость — категория дискурса, и фраза, взятая вне контекста, сама по себе не может расцениваться с точки зрения вежливости/невежливости, сохранения гармонии в общении или ее нарушения, она может получить данную оценку только с учетом всего социально-культурного контекста, при этом последнее слово всегда остается за адресатом. Похожую мысль высказывает Спенсер-Оутей: "...politeness is concerned with (dis)harmony in social relations and people's perceptions of this are subjective social judgements" [Spencer-Oatey 2005: 336]. Самая безупречно построенная этикетная фраза в том или ином коммуникативном контексте может оказаться неуместной и быть воспринята не как вежливость, а как насмешка, ирония, сарказм, то есть оказаться грубостью.

Р. Уоттс в предложенной им теории вежливости считает необходимым выделять три типа поведения: вежливое (*polite*), невежливое (*impolite*) и социально приемлемое (*socially appropriate*), то есть немаркированное, которое предлагает называть *politic* [Watts 2003]. Подобный подход представляется весьма интересным и логичным, однако в данной книге мы придерживаемся биполярной модели вежливость/невежливость, что, на наш взгляд, в большей степени соответствует русской ментальности. Биполярная аксиологическая модель, в которой «основные культурные ценности... располагаются в двухполюсном ценностном поле, разделенном резкой чертой и лишенном нейтральной аксиологической зоны» [Лотман, Успенский 1994,

цит. по: Вежбицка 2005: 484], традиционно является специфической чертой русской культуры, корни которой уходят в далекое прошлое. Позволю себе продолжить начатую цитату, позаимствованную из статьи А. Вежбицкой, поскольку она чрезвычайно интересна и для нашего исследования:

«<...> Загробный мир католического западного христианства разделен на три пространства: рай, чистилище, ад. Соответственно, земная жизнь мыслится как допускающая три типа поведения: безусловно грешное, безусловно святое и нейтральное <...>. Тем самым в реальной жизни западного средневековья оказывается возможной широкая полоса нейтрального поведения <...>. Система русского средневековья строилась на подчеркнутой дуальности. Если продолжить наш пример, то ей было свойственно членение загробного мира на рай и ад. Промежуточных нейтральных сфер не предусматривалось. Соответственно и в земной жизни поведение могло быть или грешным, или святым» [Лотман, Успенский 1994, цит. по: Вежбицкая 2005: 484].

Противопоставление вежливого поведения невежливому расширяет сферу вежливости и вовлекает в него все варианты поведения, которые не противоречат нормам и являются общественно приемлемыми, то есть от подчеркнуто вежливого до нейтрального и даже до «заниженного». В связи с этим, как отмечалось, мы выделяем три уровня вежливости — высокий, средний и низкий. Выбор той или иной модели поведения и, соответственно, уровня вежливости, обусловлен контекстом и коммуникативным намерением собеседников.

Выделение стилистических уровней вежливости представляется весьма важным, поскольку предпочтение, которое отдается тому или иному уровню в различных коммуникативных культурах, может не совпадать. Подобно тому как, по словам Ю. С. Степанова, каждый развитый национальный язык строго регламентирует пропорцию книжных и разговорных элементов в нейтральном стиле, и эта пропорция может быть разной [Степанов 1975: 205], нейтральная вежливость также может быть сдвинута в сторону высокого или низкого уровня, т. е. тяготеть к формальной или неформальной вежливости. Данные особенности выделяются только при сопоставительном анализе, внутри коммуникативной культуры они не ощущаются. Асимметрия уровней вежливости, неощущаемая собеседниками, как правило, и приводит к коммуникативным трудностям и неудачам.

Обобщая вышесказанное, предлагаем следующее определение вежливости. **Вежливость** — универсальная коммуни-



кативная категория, представляющая собой сложную систему национально-специфических стратегий, направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соответствующих ожиданиям партнера; вежливость — это соблюдение оптимального баланса, равновесия между дистантностью и близостью, между формальностью и фамильярностью, который является ситуативно и культурно вариативным, т.е. точка этого равновесия варьируется не только в зависимости от конкретного коммуникативного контекста, но и от типа культуры в целом. Задача коммуникантов состоит в оптимальном выборе стратегий вежливости в соответствии с социально-культурными нормами и ожиданиями партнера, с тем чтобы не оказаться ни излишне формальным, ни чрезмерно фамильярным. Именно поэтому вежливость представляет собой гибкую систему стратегий.

Речевая стратегия — это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [Иссерс 2006: 54]. Коммуникативную стратегию можно определить как соотношение коммуникативных действий с целью коммуникации. На речевом уровне коммуникативная стратегия представляет собой соотношение речевых действий с целью коммуникации и конвенциональными языковыми средствами, при помощи которых она реализуется. Таким образом, языковая вежливость<sup>9</sup> представляет собой систему коммуникативных стратегий и обслуживающих их конвенциональных языковых средств.

Коммуникативную стратегию определяет «макроинтенция участника диалога, ...обусловленная социальными и психологическими ситуациями» [Лазуткина 1998: 73]. Говоря о межкультурной коммуникации, следует добавить, что коммуникативная стратегия определяется социокультурной ситуацией общения и коммуникативным сознанием участников диалога, от которого зависит выбор средств достижения той или иной коммуникативной цели.

Основная цель вежливого поведения состоит в том, чтобы показать партнеру доброжелательное и уважительное отношение к нему. Достигается эта цель при помощи разнообразных стратегий, выбор

---

<sup>9</sup> В англоязычной литературе есть термин *linguistic politeness* (языковая вежливость) [Kasper 1990].

которых зависит от многих факторов — ситуативных, психологических, социальных, культурных. Как справедливо отмечает М. Л. Макаров, коммуникативная стратегия всегда отличается гибкостью и динамикой, в ходе общения она подвергается постоянной корректировке [Макаров 2003: 194].

Вежливость в целом представляет собой гибкую систему стратегий, поскольку в процессе общения в связи с меняющимся коммуникативным контекстом коммуниканты вынуждены корректировать свое поведение, стараясь сделать оптимальный выбор стратегий и языковых средств. Поскольку стратегии вежливости, соответствующие им цели и условия коммуникации закрепляются за теми или иными ролями, а также конвенциональными речевыми средствами, можно говорить о том, что они являются р и т у а л и з о в а н н ы м и.

Таким образом, мы исходим из того, что вежливость, несмотря на свою универсальность, имеет релятивный характер, конкретное ее содержание является национально-специфичным. Эта специфика проявляется не только в особенностях употребления разных этикетных формул, но в первую очередь в использовании разных коммуникативных стратегий в совершаемых коммуникативных действиях, направленность которых определяется социально-культурными параметрами: типом социальных отношений и господствующими культурными ценностями. Регулярное использование тех или иных стратегий в итоге формирует национальный стиль коммуникации.

Такой подход к рассмотрению вежливости представляется оправданным и перспективным, он обладает большими объяснительными возможностями и может найти широкое практическое применение, в том числе в преподавании. При обучении общению на иностранном языке недостаточно ограничиваться речевыми этикетными формулами, наиболее типичными для тех или иных ситуаций общения. Представляется, что в центре внимания должны находиться предопределяемые социально-культурными факторами коммуникативные стратегии, которые в зависимости от коммуникативной цели и определяют выбор тех или иных речевых штампов (формул речевого этикета).

Необходимость обучения коммуникативным стратегиям и тактикам при обучении речевой деятельности постепенно получает все большее признание (см. [Færch, Kasper 1983; Garcia 1989; Hammer 1994; Kasper, Kellerman 1997; Byram, Morgan 1994; Byram 1997;

McCarthy 2001; Иссерс 2006; Крайнова 2005 и др.]). Особое значение это имеет для преподавания иностранных языков. Наряду с лингвистической, социолингвистической, социокультурной и дискурсной компетенцией выделяется также стратегическая компетенция (strategic competence) [Trosborg 1995: 10–11; Byram 1997: 10], которая включает знания коммуникативных стратегий, характерных для изучаемой культуры, и умения их использования в общении. Стратегическая компетенция связана с остальными составляющими межкультурной компетенции и является необходимой при межкультурном общении.

Зная, какие стратегии вежливости характерны для изучаемой культуры и при помощи каких языковых средств они могут быть реализованы, мы получаем эффективный механизм, помогающий нам в общении. Отпадает необходимость запоминать речевые модели, типичные для тех или иных ситуаций, что в принципе и невозможно по причине разнообразия этих ситуаций, появляется возможность самим моделировать высказывания, исходя из конкретного коммуникативного контекста и своего коммуникативного намерения.

Незнание стратегий, специфичных для другой лингвокультуры, приводит к тому, что коммуниканты строят высказывания, используя свои собственные стратегии, что становится причиной неверного восприятия собеседниками их коммуникативных намерений и в итоге приводит к коммуникативной неудаче. Таким образом, вежливость является неотъемлемым компонентом межкультурной коммуникативной компетенции.

Сопоставительный анализ коммуникативных действий, совершаемых представителями разных лингвокультур в одинаковых ситуациях общения, позволяет выявить наиболее типичные коммуникативные стратегии для каждой из них, сформулировать основные доминанты национального стиля коммуникации и на их основе разработать рекомендации, или коммуникативные правила, которыми следует руководствоваться при общении с представителями другой культуры.

### Глава 3

## ВЕЖЛИВОСТЬ ДИСТАНЦИРОВАНИЯ И СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ

### 3.1. Стратегии дистанцирования

П. Браун и С. Левинсон называют негативную вежливость основной уважительного поведения (*'heart of respective behaviour'* — «сердце уважительного поведения») [Brown, Levinson 1987: 129]. Она представляет собой хорошо разработанный набор конвенциональных стратегий, направленных на то, чтобы продемонстрировать собеседнику признание его независимости, личной автономии, заверить в отсутствии намерений со стороны говорящего нарушить существующие между ним и адресатом границы, а в случае необходимости покушения на свободу адресата минимизировать импозицию, воздействие на него. Данные стратегии нацелены на социальное дистанцирование, на создание коммуникативных барьеров, границ (*'hedges'* в терминологии П. Браун и С. Левинсона) [ibid.: 145], на то, чтобы не допустить сближения, показать наличие дистанции между собеседниками и таким образом продемонстрировать уважение друг другу.

Тот факт, что вежливость дистанцирования составляет основу английской вежливости не является случайным для культуры, в которой личная автономия — одна из важнейших культурных ценностей.

Если Дж. Лич выделял вежливые по своей природе и невежливые речевые акты (в дальнейшем — РА), авторы этой теории вводят такое понятие, как *угрожающий лицу речевой акт (Face Threatening Act — FTA)*. Среди РА, угрожающих «негативному лицу» адресата, они называют в первую очередь приказ, совет, угрозу, предупреждение. Сюда относятся также просьба, предложение, приглашение — все те РА, в которых говорящий побуждает слушающего совершить действие или где в той или иной степени затрагиваются его интересы или чувства.

Обобщая стратегии негативной вежливости (вежливости дистанцирования), назовем основные из них (подробнее см. [Brown, Levinson 1987: 129–208; 2001: 51])<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Все примеры, приводимые здесь для иллюстрации стратегий, взяты из названных работ [Brown, Levinson 1987; Scollon, Scollon 2001].

**Выражайтесь косвенно** ('Be conventionally indirect'): *Could you possibly pass the salt (please)?*

**Задавайте вопросы, будьте уклончивы** (буквально «создавайте преграды») ('Question, hedge'). Под так называемыми преградами — 'hedge' — понимаются средства смягчения, препятствующие прямолинейности и категоричности высказываний): *How far is it? — Well, it's too far to walk. I mean, you know, it's a long way / I'll just say he's not easy to get on.*

**Предоставляйте слушающему выбор, возможность не совершать действие** (имеется в виду действие, к которому его побуждают) ('Give H the option not to do the act'): *It would be nice to have tea together, but I am sure you are very busy.*

**Минимизируйте свои предположения о желании адресата совершить действие** ('Make minimal assumptions about H's wants'), другими словами, сомневайтесь в возможности или желании адресата выполнить действие: *I don't know if you will want to send this by air mail or by speed post.*

**Будьте пессимистом** ('Be pessimistic'): *I don't suppose you'd know the time, would you?*

**Минимизируйте степень вмешательства** ('Minimize the imposition')<sup>2</sup>: *I just want to ask you if I can borrow (if you could lend me) a tiny bit (a little, a single sheet) of paper.*

**Выводите говорящего и слушающего из дискурса** ('Dissociate S, H from the discourse'): *This is to inform our employees that...*

**Представляйте речевой акт как общее правило** ('State the FTA as a general rule'): *Company regulations require an examination.*

**Извиняйтесь** (Apologize): *I'm sorry to trouble you, could you tell me the time?*

**Используйте фамилии и титулы** ('Use family names and titles'): *Mr. Lee, there is a phone call for you.*

**Будьте немногословны** ('Be taciturn').

В данном исследовании не ставится цель подробно проанализировать все английские стратегии негативной вежливости, тем более что часто они комбинируются. Попытаемся выделить те из них, ко-

---

<sup>2</sup> R. Scollon, S. Scollon называют эту стратегию *Уменьшайте угрозу* (Minimize threat), приводя практически аналогичный пример: *I just need to borrow a little piece of paper, any scrap will do* [Scollon, Scollon 2001: 51].

которые определяют основные особенности английского коммуникативного поведения, выявляемые при его сопоставлении с русским. Но прежде кратко остановимся на рассмотрении некоторых из перечисленных стратегий и тех языковых средств, при помощи которых они реализуются, исходя из собственных наблюдений над английским коммуникативным поведением и свидетельств, которые находим в научной и художественной литературе.

**Выражайтесь косвенно** ('Be conventionally indirect'). Прямой стиль общения в целом не характерен для английской межличностной коммуникации, предпочтение отдается косвенному, что проявляется в разных коммуникативных ситуациях: при запросе информации, выражении мнения, обращении с просьбой, в приглашении и др.

Так, необходимая информация часто запрашивается не прямо (*Как вас зовут? / Кто говорит?* и т. д.), а через вопрос о возможности адресата дать нужную информацию или через вопрос-разрешение задать вопрос. Особенно это характерно для официального общения: *Could you give me your name, please?* (букв.: Вы могли бы дать мне ваше имя, пожалуйста<sup>3</sup>) — при регистрации в гостинице; *May I ask who is calling?* (Могу я спросить, кто звонит?) — секретарь в офисе.

В русской коммуникации в подобных ситуациях вопрос, как правило, задается в более прямой форме. Ср.:

*Откуда вы звоните?* — *Can you tell me where you're ringing from, please?* (Вы можете сказать мне, откуда вы звоните, пожалуйста?) — телефонный оператор.

*С кем вы хотите поговорить?* (или даже *Кто вам нужен?*) — *Could you tell me, who you want to speak to, please?* (Вы могли бы сказать мне, с кем вы хотите поговорить, пожалуйста?).

*Ваш адрес? Ваш номер телефона?* — *Can you give me your address and telephone number, please?* (Вы можете дать мне ваш адрес и номер телефона, пожалуйста?) — при открытии счета в банке.

*Какая область вас интересует?* — *May I ask your branch?* (Могу я спросить вашу область?) — консультант, обучающий поиску информации на компьютере.

<sup>3</sup> Напомним, что здесь и в дальнейшем преднамеренно дается буквальный перевод (в этом случае он не выделяется курсивом), с тем чтобы провести контрастный анализ английских и русских высказываний и наиболее наглядно продемонстрировать различия в коммуникативном поведении англичан и русских.

Запрос информации делается также при помощи косвенного вопроса (*I wonder... / I'm wondering...*), что еще больше снижает степень прямолинейности. Ср.:

*Will the library be open this Sunday?* (Библиотека будет открыта в воскресенье?)

*Could you tell me please if the library will be open this Sunday?* (Могли бы вы сказать мне, будет ли открыта библиотека в воскресенье?)

*I am just wondering whether the library will be open this Sunday?* (Я просто интересуюсь, будет ли открыта библиотека в воскресенье).

Англичане избегают категоричности, прямолинейности при выражении своего мнения, предпочитают не высказывать его прямо, не говорить однозначно *да/нет*. Часто они субъективируют свое высказывание при помощи таких средств, как *I think, I guess, I suppose, maybe, probably, perhaps* и др., что снижает категоричность оценок и суждений:

*Is she a good singer? — I think so.*

*Is it an interesting film? — I don't think so.*

*I think smoking should be banned.*

Иллюстрацией данной особенности являются также следующие фрагменты диалогов:

1. *'How I hate my invisibility.'*

*'I think you are beautiful. I don't think you are invisible'* (J. Johnston).

2. *'Remember those tennis parties the old lady used to give?'*

*'I can't say I do. I never enjoyed them.'*

*'You never were much of a chap for sport.'*

*'I suppose not. Never been gregarious'* (J. Johnston).

С целью смягчения негативного мнения или оценки предпочтение часто отдается позитивным оценочным лексемам, употребляемым в отрицательных предложениях, т. е. вместо *bad — not so good*, вместо *rude — not very polite*, вместо *stupid — not very clever* и т. д. Смещение акцента с отрицательной оценки на положительную также способствует снижению категоричности, прямолинейности, сохранению лица собеседника. Здесь проявляется такая черта английского коммуникативного поведения, как *understatement* (недоговоренность, недосказанность). Как пишет по этому поводу М. Любимов, редкий англичанин бросит в лицо: «Вы лжете!», а скажет: «Ваша информация не совсем точна, сэр!» [Любимов 2004: 248].

Интересно отметить, что, выражая отрицательное мнение или давая совет не делать чего-либо, отрицание ориентировано не на слушающего (как в русском языке), а на говорящего: Ср.:

*Думаю, ты не прав. — I don't think you are right* (Я не думаю, что ты прав).

*Думаю, тебе не надо покупать эту машину. — I don't think you should buy this car* (Я не думаю, что тебе надо покупать эту машину).

*Думаю, тебе не надо так много работать. — I don't think you should work so hard* (Не думаю, что тебе надо так много работать).

Наблюдения показывают, что отрицание, направленное на слушающего, придает большую категоричность и прямолинейность высказыванию (при выражении мнения), усиливает степень давления на собеседника (в речевом акте «совет»). При переносе отрицания на говорящего эта категоричность, прямолинейность снижается.

*I don't think* часто употребляется также в отказе от приглашения с целью смягчения отказа: *Would you like to go to the theatre tomorrow? — I'd love to, but I don't think I have time* (Ты бы хотела пойти в театр завтра? — С удовольствием, но я не думаю, что у меня есть время).

Наиболее ярко стратегия «выражайтесь косвенно» проявляется в побудительных речевых актах, прежде всего в тех, которые представляют особую «угрозу» для коммуникантов. Так, обращаясь с просьбой, англичане избегают говорить прямо *Do that, please* (Сделай/те это, пожалуйста), наиболее конвенциональным способом выражения просьбы в английском языке является вопрос с модальными глаголами *can/could, will/would*:

<b>Can</b> <b>Could</b> <b>Will</b> <b>Would</b>	<i>you do that, please?</i>
---	-----------------------------

Выбор глагола также влияет на степень косвенности: глаголы в сослагательном наклонении увеличивают ее, так как они выражают в некоторой степени гипотетичность, предположительность, сомнение в возможности или желании адресата совершить действие. Ср.: *Can you give me this book?* (Ты можешь дать мне эту книгу?) — *Could you give me this book?* (Ты мог бы дать мне эту книгу?). Еще большую косвенность высказывания наблюдаем в косвенном вопросе с *I wonder*, где происходит смещение акцента с адресата на самого гово-



рящего: *I wonder whether you could you give me this book* (Я интересуюсь, мог бы ты дать мне эту книгу), а также в вопросах с *Do you think* — *Do you think you could you give me this book?* (Ты думаешь, ты мог бы дать мне эту книгу?). Здесь мы наблюдаем многократное отступление от прямолинейности.

В той или иной степени стратегия «выражайтесь косвенно» свойственна в английской коммуникации и другим РА. Так, она часто используется в требовании, где прямое побуждение, с точки зрения русских коммуникантов, представляется наиболее уместным:

*Will you kindly open your handbag?* (Вы любезно откроете сумку?) (на таможене). Ср: *Откройте, пожалуйста, вашу сумку.*

*Can I see your passport?* (Могу я увидеть ваш паспорт?) (на паспортном контроле). Ср.: *Ваш паспорт, пожалуйста* или *Предъявите, пожалуйста, ваш паспорт.*

Даже в тех случаях, когда говорящий побуждает адресата к действию в его собственных интересах (в приглашении, совете, предложении), косвенное выражение побуждения является в английской коммуникации предпочтительным:

*Why don't you visit the museum after lunch?* (Почему бы тебе не посетить музей после обеда?).

*May I suggest that we go that way?* (Могу я предложить пойти той дорогой?).

*I'm just wondering whether you would like to come to my birthday party?* (Я просто интересуюсь, хотел бы ты прийти ко мне на день рождения).

**Задавайте вопросы, будьте уклончивы** ('Question, hedge') (буквально «создавайте преграды» или, как мы уже говорили, используйте средства смягчения высказываний). Данная стратегия непосредственно связана с предыдущей, поскольку вопрос переводит прямое высказывание в косвенное. Вопросительные конструкции, как отмечалось, широко используются в побудительных РА, которые будут подробно рассмотрены в дальнейшем:

*Could you tell me how to get to the station?* (Могли бы вы сказать мне, как добраться до станции?) (просьба дать информацию).

*Would you hold on, please?* (Вы подождали бы, пожалуйста?) (просьба не вешать трубку).

*Would you mind closing the door, please?* (Вы не возражали бы закрыть дверь?) (просьба закрыть дверь).

*Why don't you sit down?* (Почему бы вам не сесть?) (приглашение сесть).

*Would you like to come over?* (Ты бы хотел зайти?) (приглашение в гости).

*May I suggest that we accept their plan?* (Могу я предложить принять их план?) (предложение).

*Could I draw your attention to the blackboard?* (Могу я привлечь ваше внимание к доске?) (команда учителя).

В просьбе широко распространенным элементом, способствующим уклончивости, является *Do you think*, который употребляется как в формулах, ориентированных на говорящего (в просьбах-разрешениях), так и в формулах, ориентированных на слушающего (в просьбах о действии):

*Do you think you could help me?* (Ты думаешь, ты мог бы помочь мне?) (просьба о действии).

*Do you think I could leave work early?* (Вы думаете, я мог бы уйти пораньше с работы?) (просьба-разрешение).

В русском языке подобная степень уклончивости представляется чрезмерной. Данные фразы скорее всего звучали бы следующим образом: *Можешь помочь мне? / Ты не мог бы помочь мне? или Не можешь? / Я мог бы пораньше уйти с работы?*

**Предоставляйте слушающему выбор, возможность не совершать действие** ('Give H the option not to do the act'). В качестве иллюстрации данной стратегии приводится следующий пример: *It would be nice to have tea together, but I am sure you are very busy* (Было бы замечательно попить чай вместе, но я уверен, что ты очень занят) [Scollon, Scollon 2001: 51]. Высказывая уверенность в том, что собеседник занят, говорящий дает ему возможность отказаться от приглашения, заранее предлагает ему другой выбор. Данный пример вполне может быть отнесен также и к стратегии «будьте пессимистом», что в очередной раз свидетельствует о том, что в одном и том же высказывании используется несколько стратегий (тактик), которые направлены на реализацию более общей стратегии. В данном случае — на дистанцирование от собеседника, на демонстрацию уважения его независимости.

Что касается стратегии «предоставляйте слушающему выбор, возможность не совершать действие», то, как показывают наблюдения, самым распространенным способом ее реализации может счи-

таться вопросительное высказывание, широко употребляемое в побудительных РА. Поскольку вопрос по своей семантике предполагает возможность как утвердительного, так и отрицательного ответа, задавая его, говорящий дает возможность собеседнику ответить по его усмотрению, то есть предоставляет выбор: *Can you help me? — Sure / Sorry, I'm very busy at the moment.* Также и в русском языке: *Поможешь? — Конечно* или *Извини, сегодня никак не смогу.*

Однако в английском языке, как будет подробно показано, вопросительные высказывания широко используются и в тех ситуациях, где реальный выбор отсутствует: *Would you like to read?* (Ты хотел бы читать?) (учитель — ученику) или *Could you please come to my office for a moment?* (Могли бы вы зайти ко мне в кабинет на минуту?) (начальник — подчиненному). Несмотря на то, что адресат обязан выполнить действие, создается видимость, что ему предоставляется возможность выбора — реагировать на вопрос утвердительно или отрицательно, совершать действие или нет. Использование речевой формулы, содержащей семантическую опцию в ситуации, которая в действительности никакой опции не предполагает, является эффективным средством дистанцирования, снижения степени давления на собеседника.

**Минимизируйте свои предположения о возможности и желании адресата** ('Make minimal assumptions about H's wants') [Scollon, Scollon 2001: 51]. Другими словами, сомневайтесь в возможности, желании адресата совершить действие, к которому его побуждают. П. Браун и С. Левинсон формулируют данную стратегию следующим образом: исходите не из того, что слушающий может и хочет совершить акт, а, наоборот, из того, что он вряд ли совершит его ('Don't assume H is able, willing to do A', 'assume he is not likely to do A') [Brown, Levinson 1987: 146].

Приведем некоторые примеры того, как проявляется данная коммуникативная стратегия.

Прежде всего, это использование в английском языке в вопросах-просьбах помимо глагола *can/could* глагола *will/would*, употребляя который говорящий задает вопрос не только о возможности собеседника совершить действие, что мы имеем и в русском языке, но и вопрос о его намерении, желании, о чем свидетельствуют также и определенные модификаторы, чаще всего сопровождающие эти глаголы:

*Could you possibly do that?* (Мог бы ты, возможно, это сделать?)

*Would you kindly do that?* (Пожелал бы ты любезно это сделать?).

Сомнение в желании адресата совершить действие содержится и в реквестивной конструкции с *Would you mind*, которая широко употребляется не только в официальном, но и повседневном общении, когда коммуниканты находятся в близких отношениях:

*Would you mind repeating that, please?* (Ты бы не возражал повторить это, пожалуйста?) (учитель — ученику).

*Would you mind closing the door?* (Ты бы не возражала закрыть дверь?) (муж — жене).

Особенно наглядно данная стратегия проявляется в приглашении, где самыми употребительными формулами являются вопросы о желании адресата, его заинтересованности в приглашении:

*Would you like to come around for a while?* (Ты бы хотел зайти на минутку?)

*Would you like to come to dinner tomorrow evening?* (Ты бы хотел прийти поужинать завтра вечером?)

В русском приглашении вопрос о том, заинтересован ли слушающий в приглашении, как правило, не ставится. Ср.: *Зайди на минутку / Приходи завтра вечером. Поужинаем.*

Предлагая что-либо (выпить, съесть), в английской коммуникации говорящий также прежде всего интересуется, хочет ли этого собеседник:

*Would you like some more salad?* (Вы бы хотели еще салата?).

*Would you like some more wine?* (Вы бы хотели еще вина?).

При отрицательном ответе обычно следует уточняющий вопрос *Are you sure?* (Вы уверены?), после которого все попытки угостить, как правило, прекращаются.

Русские коммуниканты в данной ситуации традиционно действуют более настойчиво: *Поешь(те) еще / Возьми(те) еще салата. Ну, хоть ложечку / А это вы еще не попробовали / Давай(те) еще выпьем / Как нет? Еще надо обязательно выпить за... (хозяйку, успехи, нашу встречу и т. д.).*

Будьте пессимистом ('Be pessimistic'). Сомневаясь в возможности реализации действия, к которому говорящий побуждает собеседника, он тем самым уменьшает степень воздействия на него и помогает в случае необходимости отказаться от совершения этого действия.

Сомнение может выражаться эксплицитно, как в примере *I don't suppose you'd know the time, would you?* (Я не полагаю, что вы бы знали время, да?) [Scollon, Scollon 2001: 51] или *I don't suppose you could collect my books for me, could you?* (Я не полагаю, что ты мог бы забрать мои книги, да?). Использование данной стратегии позволяет выразить просьбу в столь косвенной форме, что русский человек не сразу поймет, что в первом случае его спрашивают, который час, во втором просят помочь забрать книги. Ср.: *He подскажете, который час? / Сможешь забрать мои книги?*

Как уже отмечалось, эта стратегия используется и в приглашении, что делает его звучание для русского человека также весьма странным и не дает верного представления об истинных намерениях приглашающего: *'I don't suppose you're free for lunch tomorrow, by any chance?'* (J. Archer). В данной фразе, которая в буквальном переводе может звучать как «Я не полагаю, что вы завтра случайно свободны на ланч» или «Вы наверняка заняты завтра в обед», реализуются все из вышеперечисленных стратегий: это и «будьте пессимистом», и «сомневайтесь в возможности адресата совершить действие», и «предоставляйте слушающему выбор», и «задавайте вопросы, и «выражайтесь косвенно», что снова подтверждает нашу мысль о том, что это — тактики, используемые для реализации стратегии дистанцирования.

Возвращаясь к анализируемой здесь стратегии «будьте пессимистом», отметим, что для ее реализации используются разнообразные лексико-грамматические средства со значением сомнения, предположительности, ирреальности: модальные глаголы, сослагательное наклонение, представляющее возможность (желание) адресата совершить действие как гипотетическое, ирреальное, также разнообразные средства субъективной модальности со значением сомнения: *possibly, maybe, probably, perhaps* и др.:

*Is there any chance of borrowing your note-book?* (Есть какой-нибудь шанс одолжить твой ноутбук?).

*I'd like to speak to your husband if I may* (Я бы хотел поговорить с вашим мужем, если я могу).

*Perhaps you might kindly call me and tell me where Kate is?* (Возможно, вы могли бы любезно позвонить мне и сказать, где Кейт?).

Чем больше доля сомнения говорящего, тем выше степень вежливости высказывания. Ср.: *Can you help me? — Could you help me? — Could you possibly help me?* Не случайно поэтому русские словари

переводят слово *perhaps* (в просьбах) как *пожалуйста, будьте добры*: *Perhaps you would be good enough to read this.* — *Будьте добры, прочтите это* (БАРС). На наш взгляд, здесь нельзя говорить о семантическом значении данного слова. Вряд ли, приняв во внимание это значение слова *perhaps*, русскоговорящий коммуникант сможет построить английскую фразу в соответствии с правилами английской коммуникации. Используя данную информацию, фраза *Сделай это, пожалуйста* может быть переведена как *Do it perhaps*. Здесь необходимо сопоставлять не отдельные слова, а прагматическое значение высказывания в целом. По этой причине знание коммуникативных стратегий, являющихся предметом данного исследования, открывает более надежный путь к эффективной коммуникации.

**Выводите говорящего и слушающего из дискурса** ('Dissociate S, H from the discourse'). Данная стратегия широко используется в английской коммуникации и играет чрезвычайно важную роль. На кого делается акцент в высказывании, зависит от РА.

Так, по нашим наблюдениям, приглашая, английские коммуниканты строят высказывание с ориентацией на слушающего, то есть в нем отсутствует говорящий (*В отличие от русских приглашений Я тебя приглашаю. Я тебя жду*):

*Would you like to come to my birthday party?* (Ты бы хотел прийти ко мне на день рождения?).

*Are you interested in coming?* (Тебе интересно прийти?).

*Why don't you come?* (Почему бы тебе не прийти?).

Вывод из ситуации адресата характерен для просьбы, которая предполагает действие слушающего в интересах говорящего. Дж. Лич обращает внимание на тот факт, что высказывание '*Could I borrow this electric drill*' (Мог бы я одолжить электродрель?) является более вежливым, чем '*Could you lend me this electric drill*' (Мог бы ты одолжить мне электродрель?) [Leech 1983: 134]. Соответственно также различаются следующие высказывания *Could I leave a message for her?* и *Could you give her a message?*

Русский человек вряд ли почувствует разницу между *Я могу одолжить у тебя электродрель?* и *Ты можешь одолжить мне электродрель?* или *Могу я оставить для нее информацию?* — *Вы можете передать ей информацию?*, так как для русской коммуникации эта стратегия не типична. Более того, в случаях, когда говорящий облечен большей властью или имеет некоторое право давать указания

(преподаватель — студент, покупатель — продавец), ориентированные на говорящего конструкции в русской коммуникации практически не употребляются. В английском же языке типичными являются следующие высказывания:

*Could I hear first violins?* (Мог бы я послушать первые скрипки?) (дирижер — музыкантам).

*Could I have another cup of coffee, please?* (Мог бы я иметь еще одну чашку кофе, пожалуйста?) (клиент — официанту).

*May I have your attention, please?* (Могу я иметь ваше внимание, пожалуйста?) (учитель — ученикам).

Вывод адресата из ситуации в подобных высказываниях способствует реализации стратегии «выражайтесь косвенно», так как в семантике такого высказывания отсутствует направленность на адресата и не содержится никакого указания на действие, к которому говорящий побуждает своего собеседника (в приведенных примерах это — *играйте, принесите, слушайте*), оно лишь заключает в себе вопрос о возможности говорящего. Другими словами, в результате переноса акцента на говорящего оказывается завуалированным не только исполнитель действия, но и само действие, к которому в прагматическом плане его побуждают.

Вывод адресата из ситуации возможен и в повествовательных высказываниях, например в запросе информации. Ср.:

*I'm just wondering till what time the computer class is open today* (Я просто интересуюсь, до которого часа открыт сегодня компьютерный класс). — *Скажите, пожалуйста, до которого часа открыт сегодня компьютерный класс.*

Вывести адресата из ситуации можно также при помощи пассивных конструкций:

*It has to be returned in 2 weeks* (Она должна быть возвращена через 2 недели) (библиотекарь — читателю). — Ср.: *Вы должны вернуть ее через две недели.*

Этот способ широко применяется в объявлениях, регулирующих общественное поведение:

*This door should only be used in emergencies* (в школе).

*During busy times E-mail and Internet usage should be restricted to academic work only* (в компьютерном классе).

Вывод адресата возможен также при помощи использования косвенного обращения вместо прямого:

*Pedestrians are kindly requested to abide by the rules.* (Пешеходов любезно просят придерживаться правил). Ср.: *Граждане пешеходы, соблюдайте правила уличного движения.*

*We are now beginning our descent. Would passengers please make sure that their seat-belts are fastened.* Ср.: *Уважаемые пассажиры! Наш самолет пошел на посадку. Просим застегнуть ремни.*

*We would like to remind passengers that smoking is not permitted until you are in the airport building.* (Мы бы хотели напомнить пассажирам, что курение не разрешено, пока вы находитесь в здании аэропорта). Ср.: *Уважаемые пассажиры, напоминаем вам, что в здании аэровокзала курить запрещено.*

В данных высказываниях использовано несколько приемов, сводящих до минимума степень воздействия на адресата: отсутствуют императив, прямое обращение, перформативные глаголы; вместо них употребляются косвенное обращение, пассивные конструкции, сослагательное наклонение. Благодаря этому из ситуации выводится адресат, а в некоторых случаях и сам говорящий. В результате прямая инструкция (указание) превращается в косвенную смягченную просьбу.

**Представляйте угрожающий лицу речевой акт как общее правило** ('State the FTA as a general rule'). Данная стратегия непосредственно связана с предыдущей и также направлена на вывод адресата из ситуации либо на максимальное дистанцирование его от действия, к которому в прагматическом плане его побуждают:

*No unauthorized persons are allowed beyond this point* (в музее).

*Tickets, where possible, should be purchased at off-peak hours* (на станции метро).

*Seats are not for feet* (в вагоне метро).

Широко употребляемым для этих целей является глагол *to be supposed* (*предполагаться*), который позволяет избежать употребления лексем с более сильным значением облигаторности:

*You are supposed to do your homework every day* (Вы предполагаетесь делать домашнюю работу каждый день). Ср.: *Вы должны делать домашнюю работу каждый день* (учитель — ученикам).

*You are supposed to be at school at 9 o'clock* (Вы предполагаетесь быть в школе в 9 часов). — Ср.: *Вы должны быть в школе в 9 часов.*

Представляя действие, к которому говорящий побуждает слушающего, не как свое личное требование, а как общепринятую нор-



му, он, тем самым, снижает директивность своего высказывания, поскольку таким образом от действия отдаляются как говорящий, так и слушающий. Подобная имперсонализация (вывод адресата, а зачастую и адресанта, из ситуации) является одной из важнейших стратегий английской вежливости.

**Извиняйтесь ('Apologize').** П. Браун и С. Левинсон рассматривают извинение как стратегию негативной вежливости [Brown, Levinson 1987: 186–189], что, безусловно, оправдано, поскольку, принося извинение, мы признаем факт вторжения в запретную зону, зону независимости собеседника, и выражаем сожаление по этому поводу (или сожаление о намерении совершить это вторжение). Однако, на наш взгляд, извинение является также стратегией и позитивной вежливости (стратегией сближения), поскольку ситуации, в которых приносятся извинения в той или иной культуре, их частотность и экспрессивность зависят от того, насколько члены лингвокультурной общности обращают внимание друг на друга, демонстрируют свое взаимное расположение. По этой причине извинение как речевой акт мы будем рассматривать в разделе, посвященном вежливости сближения.

Думается, что извинение является стратегией негативной вежливости (стратегией дистанцирования) прежде всего в тех ситуациях, когда говорящий предвидит, что его действие будет покушением на независимость адресата, но в силу различных причин вынужден идти на это. Чтобы сохранить при этом лицо, он должен принести извинение за совершение опасного речевого акта. Для этого предлагаются следующие тактики:

1. Признайте факт покушения на независимость адресата (Admit impingement):

*I'm sure you must be very busy, but...*

*I know this is a bore, but...*

*I'd like to ask you a big favour...*

*I hope this isn't going to bother you too much*<sup>4</sup>.

2. Покажите свое нежелание совершать опасный акт (Indicate reluctance):

*I normally wouldn't ask you this, but...*

---

<sup>4</sup> В последнем примере, хотя признается факт беспокойства, говорящий использует также стратегию уменьшения угрозы (*not too much*).

*I hate to intrude, but...*

*I hate to impose, but...*

*I'm terribly embarrassed to have to admit...*

*I hesitate to trouble you, but...*

3. Приведите убедительные причины вмешательства (Give overwhelming reasons):

*I can think of nobody else who could...*

*I simply can't manage to...*

*I'm absolutely lost...*

*Can you possibly help me with this, because there's no one else I could ask.*

4. Попросите прощения (Beg forgiveness):

*Excuse me, but...*

*I'm sorry to bother you...*

*I hope you'll forgive me if...*

*Please forgive me if...*

*Would you forgive me ...*

*I beg your indulgence...*

Данные стратегии (тактики) реализуются при помощи так называемых средств внешней модальности (см. [House, Kasper 1981; Færch, Kasper 1989]). Комбинируя их, можно сконструировать многословное вступление, предваряющее непосредственное обращение с просьбой, что даст возможность продемонстрировать всю глубину уважения к независимости собеседника:

*Excuse me, I hate to intrude, but I'm absolutely lost here, could you please show me the way to the tube?*

*Excuse me, I'm sure you must be very busy but I can think of nobody else who could help me with this translation. I hope this isn't going to take too much time.*

**Комбинация стратегий вежливости.** Как видно из краткого анализа, перечисленные стратегии негативной вежливости, стратегии дистанцирования, тесно переплетаются и, как правило, их трудно разделить, анализировать в отдельности, поскольку в одном и том же высказывании и даже при помощи одного и того же лексико-грамматического средства может реализовываться сразу несколько стратегий. Так, строя высказывание в форме вопроса, говорящий стремится выражаться косвенно, таким образом он также предоставляет слу-

шающему возможность выбора (по крайней мере, формально, то есть в семантическом плане) и тем самым выражает в какой-то степени неуверенность в возможности реализации действия. Выражение сомнения, неуверенности, то есть стратегия «будьте пессимистом», в свою очередь всегда связано со стратегией «будьте уклончивы» и т. д.

Таким образом, перечисленные стратегии часто используются одновременно, как, например, в следующем высказывании:

*Could I draw your attention to this map, please?* (Мог бы я привлечь ваше внимание к этой карте, пожалуйста?). Ср.: *Посмотрите, пожалуйста, на эту карту* (учитель — ученикам).

Английское побуждение в этой ситуации выражено не прямо, а косвенно — при помощи вопроса. Вопрос формально допускает как положительный, так и отрицательный ответ, т. е. слушающему предоставляется выбор — возможность отреагировать на побуждение положительно или отрицательно (по крайней мере, на уровне семантики). В то же время, задавая вопрос, говорящий выражает сомнение, которое усиливается при помощи глагола в сослагательном наклонении, таким образом выражается пессимизм и неуверенность в желании адресата выполнить действие. Кроме того, данное высказывание является субъектно-ориентированным, т. е. адресат выводится из речевой ситуации и тем самым дистанцируется от действия, о котором его просит говорящий.

Таким образом, в одном высказывании говорящий использует несколько стратегий, комбинация которых позволяет ему свести до минимума давление на адресата и продемонстрировать свое глубокое уважение к его личной автономии. При этом следует отметить, что данные стратегии были использованы в ситуации (обращение учителя к ученикам), которая в принципе допускает прямые указания, поскольку говорящий обладает определенной властью над адресатом.

Для иллюстрации — еще несколько примеров:

*Do you think you could possibly make a little less noise?* (Вы думаете, вы могли бы, возможно, немножко меньше шуметь?) (соседям по общежитию).

Здесь использованы следующие стратегии:

— косвенное выражение просьбы-замечания, что достигается при помощи двух приемов: просьба оформляется в виде вопроса, который в свою очередь задается в косвенной форме при помощи *Do you think* (то есть имеет место «удвоенная» косвенность);

– предоставление опции (выражая просьбу в форме вопроса, говорящий предоставляет слушающему возможность выбора: совершать действие или нет);

– сомнение в возможности выполнения действия (модальный глагол стоит в условном наклонении, плюс модификатор *possibly*);

– минимизация воздействия на собеседника (*a little less noise*).

*Excuse me, Tom, I'm sorry to bother you but I wonder if you could possibly do me a small favour* (Извини, Том, мне жаль, что я беспокою тебя, но я интересуюсь, мог бы ты, возможно, сделать мне маленькое одолжение) (обращение с просьбой к другу).

В данном высказывании используются следующие стратегии:

– извинение (*excuse me*),

– сожаление по поводу причиняемого беспокойства (*I am sorry to bother you*),

– косвенное выражение просьбы (косвенный вопрос, т. е. «удвоенная» косвенность),

– сомнение в возможности совершения действия, пессимизм (сослагательное наклонение, *possibly*),

– минимизация импозиции, уменьшение угрозы через акцентирование незначительности услуги (*a small favour*).

Чем больше коммуникативных стратегий использовано в высказывании, тем в более косвенной форме выражено побуждение и тем в большей степени оказывается реализованной гиперстратегия вежливости дистанцирования — «уменьшайте воздействие на адресата, демонстрируйте свое уважение к его личной независимости».

### 3.2. Языковые средства реализации стратегий дистанцирования

Для реализации стратегий дистанцирования основными языковыми средствами являются:

- модальные глаголы,
- модальные модификаторы (единицы субъективной модальности),
- сослагательное наклонение,
- вопросительные конструкции,
- пассивный залог,
- смещение временного плана.

Все эти лексические и грамматические средства связаны с категорией модальности, что позволяет говорить о том, что модальность играет важную роль в реализации стратегий дистанцирования.

Модальность, как известно, отражает взаимодействие между четырьмя факторами коммуникации: говорящим, слушающим, содержанием высказывания и действительностью [ЛЭС 1990: 304]. При этом важную роль играют как средства объективной модальности, которая выражает отношение сообщаемого к действительности в плане реальности и ирреальности (главным средством оформления модальности в этой функции является глагольное наклонение), так и разнообразные средства субъективной модальности, которая выражает отношение говорящего к сообщаемому. В субъективной модальности язык фиксирует одно из основных свойств человеческой психики: способность противопоставлять в рамках высказывания «я» и «не я».

Единицы модальности выступают как важнейшее средство языка, которое помогает достичь следующих стратегических целей: избежать прямого волеизъявления говорящего, передать его в косвенной форме; выразить неуверенность в возможности осуществления названного действия, подчеркивая таким образом нереальность его реализации; предоставить адресату не осуществлять его; дистанцировать как слушающего, так и самого говорящего от называемого действия и др.

Английский язык обладает богатой системой лексико-грамматических средств выражения модальных значений. Это, прежде всего, система модальных глаголов — *can, could, may, might, must, ought to, will, would, shall, should* и квази-модальные глаголы *have (got) to, need to, had better*. Ряд исследователей (см. [Hermeren 1978; Lyons 1977; Perkins 1983; Carter, McCarthy 1997]) предлагает включать в набор лингвистических элементов, выражающих модальность, также модальные выражения типа *be able to, be going to*, модальные прилагательные и наречия (*necessary/necessarily, probable/probably, possible/possibly, presumably, definitely, certain/certainly, advisable, perhaps, maybe*) и некоторые вводные конструкции (*parentheticals*), как, например, *I think, I believe, I'm sure*.

В данной книге мы предлагаем именно такой широкий взгляд на модальность, считая, что, помимо модальных глаголов, составляющих ядро поля модальности, существует большое количество разнообразных языковых единиц, находящихся на его периферии, но

играющих при этом не менее существенную роль в процессе коммуникации.

**Модальные глаголы.** Большое количество модальных глаголов, которыми располагает английский язык, позволяет передать разнообразные оттенки модальных значений. Особенно это заметно при выражении облигаторности, долженствования, которое может быть выражено при помощи глаголов *must, should, ought to, might, have to, to be supposed, to be to*.

Благодаря наличию этих глаголов коммуниканты имеют возможность дифференцировать различные оттенки долженствования. Так, значение *Ты должен это сделать* может быть передано следующими формулами: *You must do it* (потому что это твой долг), *You might do it / You should do it / You ought to do it* (это было бы правильно с твоей стороны), *You have to do it* (так как нет другого выхода), *You are to do it* (по причине предварительной договоренности), *You are supposed to do it* (по-другому быть не может, все этого от тебя ждут).

В том случае, когда облигаторность направлена на объект коммуникации, наблюдается тенденция избегать употребления глагола *must* и отдавать предпочтение менее сильным глаголам либо ослаблять его облигаторность различными модификаторами. Ср.:

*You should consult the doctor* (Вы должны / вам надо / вам следует сходить к врачу).

*You should buy this dress* (Ты должна / тебе надо купить это платье).

*You are not supposed to be late to school* (Вы не должны опаздывать в школу).

В приведенных примерах глагол *should* смягчает облигаторность и переводит ее в совет. При помощи выражения *to be supposed*, которое не имеет эквивалента в русском языке, облигаторность представляется не как требование, исходящее от говорящего, а как необходимость, обусловленная существующими правилами, нормами.

В отрицательной форме модальный глагол *must* имеет еще более сильное значение и выражает запрет. Ему также имеется альтернатива. Ср. *Вы не должны так себя вести* — *You mustn't do that / You shouldn't do that / You're not supposed to do that*. Выражая свое недовольство поведением детей, английский учитель часто использует последнюю формулу. В ней передается не мнение учителя об обязанностях учеников и требование их выполнения, а указание на обще-

принятые правила и ожидания. Выбирая пассивную конструкцию, говорящий выводит себя из ситуации, таким образом, требование исходит как бы не от него:

Ср.: *Children are supposed to know these rules* (Предполагается, что дети знают эти правила). — *Дети должны знать эти правила.*

Широкий спектр модальных глаголов, используемых в высказываниях со значением просьбы-разрешения (*can, could, may, might*), также позволяет передать разнообразные оттенки и разную степень вежливости высказываний. Ср.: (молодой человек приглашает незнакомую девушку потанцевать):

*'May I ask you something?'*

*'If you like.'*

*'Can I... I mean... could I...no, might I have the next dance with you?'* [Hartley, Viney 1996: 11].

В развернутых реквестивных конструкциях, таких как *I wonder if you could do that* (Я интересуюсь, могли бы вы сделать это), *Would you mind if I'd do that?* (Возражали бы вы, если б я сделал это?), просьба выражена еще более косвенно. Выражение *I wonder*, вносящее в высказывание долю предположительности, гипотетичности, так же, как и *Would you mind*, содержащее вопрос об отношении адресата к предполагаемому действию, увеличивает разрыв между семантикой и прагматикой данных высказываний.

Модальные глаголы в английском языке не только более разнообразны по сравнению с русскими, но и более частотны, что следует учитывать как в коммуникации, так и в переводе. Ср.:

*'Can I get you some coffee?'* (подруге) (J. Asher) (Ср.: *Выпьешь кофе?/ Приготовить кофе?*).

*'Can I take you home?'* (J. Colgan) (молодой человек — девушке после свидания) (*Тебя проводить?* или, скорее, *Я тебя провожу.*).

**Модальные модификаторы.** Помимо модальных глаголов, к средствам модальности относятся также вводные единицы (parentheticals), которые играют важную роль в процессе коммуникации.

Маркеры модальности могут выполнять как функцию смягчения (в англоязычной литературе их называют *downgraders*), так и усиления (*upgraders*). Для реализации стратегий дистанцирования главным образом привлекаются *downgraders*. Смягчение (*mitigation*) называется важнейшим средством взаимодействия в разговорной речи ('basic interactive dimension' of spoken language') [Stubbs 1983: 185].

Лексические и лексико-синтаксические средства смягчения, или модификаторы, отличаются разнообразием как с точки зрения синтаксической формы, так и семантики. Это могут быть единицы, ориентированные на говорящего (*I think / I suppose / I am wondering*) либо на слушающего (*Do you think / Would you mind*), минимизаторы (*just a second, a spot, a little, a bit*), маркеры вежливости (*please, kindly, sweetly*), лексические заполнители пауз (*well, now well, so*), конечные формативы, используемые для подтверждения согласия собеседника и взаимопонимания (*right, will you, would you*), и другие.

На прагматическом уровне все эти лексические средства выполняют одинаковую функцию — смягчают речевые акты, которые потенциально таят в себе угрозу вторжения в зону независимости собеседника в силу их импозитивного характера и таким образом угрожают лицу как собеседника, так и самого говорящего.

Лексико-синтаксические модификаторы (*I think / I suppose / I guess / I believe / I assume* и др.) служат важным средством снижения прямолинейности высказывания, с их помощью говорящий субъективирует свое мнение и оценку. Другими словами, они используются для реализации стратегий «выражайтесь косвенно», «будьте уклончивы»:

*Have you ever thought of going to live near Sarah? — I can't say I have.*

*Could you give me a lift tomorrow? — I suppose so.*

*Is this film worth seeing? — Yeah, I think so. / I don't think so.*

Наиболее распространенными являются выражения с глаголом *think*, употребляемые в различных речевых актах в утвердительной, отрицательной либо вопросительной (в зависимости от функции) форме. В совете *I think*, в просьбе *Do you think* снижают степень воздействия на адресата, привносят долю сомнения в реальной возможности или необходимости называемого действия:

*I think you should buy this hat* (Я думаю, тебе следовало бы купить эту шляпу) (совет).

*I think you should drive more carefully* (Я думаю, тебе следовало бы ездить более осторожно) (совет-замечание или предостережение).

*I don't think you should follow his advice* (Я не думаю, что тебе стоило бы последовать его совету).

*Do you think you could help me repair my bike?* (Думаешь, ты мог бы помочь мне починить велосипед?) (просьба).

*Do you think I could take your camera?* (Думаешь, я мог бы взять твой фотоаппарат?) (просьба — разрешение).



Анализ ситуаций, в которых встречается употребление данного элемента, свидетельствует о его семантической опустошенности:

*You are making me very nervous. Do you think you could slow down?* (Ты заставляешь меня нервничать. Ты думаешь, ты мог бы снизить скорость?) (просьба жены снизить скорость, произнесенная в состоянии раздражения).

*Do you think I could use your phone?* (Ты думаешь, я мог бы воспользоваться твоим телефоном?) (просьба воспользоваться телефоном в доме друга).

Приведенные примеры свидетельствуют о расхождении семантики и прагматики подобных высказываний. В функциональном плане в них содержится не вопрос о мнении собеседника, а стремление смягчить побуждение, что достигается путем оформления его в виде вопроса о мнении адресата.

Среди модальных модификаторов выделяется также группа единиц со значением сомнения, предположительности, сожаления: *I'm afraid, maybe, perhaps, probably, possibly*.

Как уже отмечалось, данные модификаторы используются для реализации стратегий «выражайтесь уклончиво» и «будьте пессимистом». Их употребление в побудительных РА вносит в высказывание долю сомнения в возможности (в просьбе) или необходимости (в совете) реализации побуждаемого действия. Таким образом снижается степень воздействия на адресата, что видно в следующих примерах:

*Could you possibly speak more slowly?* (Могли бы вы, возможно, говорить медленнее?).

*Can you possibly give me a lift?* (Ты можешь, возможно, подвезти меня?).

*Perhaps you should accept his invitation* (Пожалуй, тебе следовало бы принять его приглашение).

*Maybe you should talk to them* (Может быть, вам следовало бы поговорить с ними).

*You could probably consult the barrister* (Ты, вероятно, мог бы проконсультироваться с адвокатом).

*I'm afraid* не является полным эквивалентом русского *Боюсь*. Оно употребляется в более широких контекстах: как со значением неуверенности, сомнения, так и для выражения сожаления. Ср.:

*I'd like to speak to Mr. Peters, please. — I'm afraid he's not here at the moment* (сомнение или сожаление) — *Боюсь, его сейчас здесь нет* или *К сожалению, его сейчас здесь нет*.

*I'd like to speak to your husband if I may. — He's out of town this week, I'm afraid* (сожаление, поскольку очевидно, что жена знает об отъезде мужа). — *К сожалению, на этой неделе его не будет в городе.*

*I don't suppose you're familiar with Professor Jones. — No, I'm afraid not* (неуверенность или сожаление).

*This is a very bad line, I'm afraid. Can I ring you back?* (сожаление).

*I'm afraid I didn't quite hear what you said* (сожаление).

Минимизаторы (*little, a little, a bit, small*) уменьшают «цену» услуги или совершаемого в пользу говорящего действия, уменьшают «угрозу» и таким образом снижают степень воздействия на адресата:

*Let me just have a little look at my diary.*

*Excuse me a moment, please.*

*Could you give me a second, please?*

*Could I ask you a small favour?*

**Сослагательное наклонение.** Глагол в сослагательном наклонении выражает предположительность, гипотетичность со стороны говорящего, которая отсутствует в индикативных глаголах, и таким образом снижает прямолинейность высказывания. В ситуации побуждения адресату предоставляется еще большая возможность выбора, а говорящий при этом выражает долю сомнения в возможности или желании адресата совершить действие: *If you could very kindly leave a note on his door to explain this. Thanks.* (Если бы вы могли очень любезно оставить записку на его двери, чтобы объяснить это. Спасибо.) (сообщение, оставленное на автоответчике).

«Сослагательное наклонение, наверное, изобрели англичане — певцы недоговоренности, — предполагает М. Любимов, — оно блестяще делает обтекаемой любую мысль, придает ей неопределенность и как бы смягчает смысл, добавляя толику юмора» [Любимов 2004: 247]. Мы уже приводили его пример с полицейским, который, остановив машину, сказал: *«Извините, сэр, была бы неплохая идея, если бы вы, сэр, выключили фары».*

Именно с целью смягчения высказывания, достижения большей косвенности, недопущения категоричности англичане предпочитают говорить *I'd like ...* а не *I want...*, *I'd suggest...*, а не *I suggest ...*, *I'd advise...*, а не *I advise* и т. д.

Рассмотрим следующий пример:

*We would like to remind you that eating and drinking in libraries is prohibited under college regulations. As you leave the library today we would ask you to dispose of your rubbish in the bins provided* (в библиотеке).

Сослагательное наклонение позволяет оформить данное объявление в максимально мягкой форме. Интенции, содержащиеся в нем, выражаются не прямо (*напоминаем, просим*<sup>5</sup>), а уклончиво (*хотели бы напомнить, попросили бы*). Происходит разрыв между высказыванием и действительностью, благодаря чему авторы объявления снижают свое воздействие на тех, кому оно адресовано.

Сослагательное наклонение широко используется в высказываниях, содержащих просьбу. Вопросы с *could / would* звучат более вежливо, чем с *can / will*, поскольку в них выражается еще большая доля сомнения в возможности или желании адресата совершить действие, в результате чего ему предоставляется еще большая возможность выбора, что уменьшает степень воздействия на него. Ср.:

*Can you help me with this translation? — Could you help me with this translation?*

*Will you do some shopping for me? — Would you do some shopping for me?*

*Do you mind if I ask you something? — Would you mind if I asked you something?*

Маркеры усиления (*so, very, really, awfully, absolutely* и др.) в большей степени используются для реализации стратегий позитивной вежливости (стратегий сближения). Встречаясь в речевых актах, связанных со стратегиями дистанцирования, они обслуживают субъектную часть высказывания (в отличие от модификаторов, ориентированных на объект):

*I'd be terribly grateful if you'd give me a hand.*

*I'm absolutely positive that you'll lend me your car.*

Они усиливают не воздействие на собеседника, а отношение говорящего, связанное с выполнением / невыполнением просьбы.

**Смещение временного плана как средство снижения прямолинейности высказывания.** Грамматическим средством снижения прямолинейности вопроса, а также просьбы и предложения

<sup>5</sup> В русском языке в данной ситуации было бы даже *убедительно просим*.

(*suggestion*) является смещение временного плана. Это может быть употребление прошедшего времени вместо настоящего. Ср.:

*I wonder if you are free tonight. — I wondered if you were free tonight.*

*How many days do you intend to stay? — How many days did you intend to stay?*

*I think it will be nice to have a picnic. — I thought it would be nice to have a picnic.*

*I think it will be a good idea to invite Sam. — I thought it would be a good idea to invite Sam.*

Этой же цели служит продолженное (*progressive*) время:

*I look forward to seeing you again. — I am looking forward to seeing you again.*

Возможна комбинация этих средств:

*I hope you can lend me 20 pounds. — I was hoping you could lend me 20 pounds.*

*I wonder if you have two single rooms. — I was wondering if you had two single rooms.*

*I think I'll borrow your bike for the afternoon, if that's OK. — I was thinking I would borrow your bike for the afternoon, if that's OK.*

Средством смягчения просьбы является также использование будущего времени вместо настоящего:

*I'm afraid you'll need to fill in this form.*

*I'll have to ask you to wait a minute.*

Использование прошедшего или будущего времени вместо настоящего делает высказывание менее прямолинейным. Происходит разрыв между действием, названным в высказывании, и действительностью. То есть нарушается коммуникативная рамка «Я — ты — здесь — сейчас». В результате намерение говорящего как бы теряет свою актуальность, а действие, к которому он побуждает, — обязательность исполнения.

Данная стратегия, хотя и в меньшей степени, используется и в русском языке. Ср.: *Я хочу пригласить тебя ... — Я хотела пригласить тебя / Поможешь мне? — Хотела попросить тебя помочь мне.*

**Пассивный залог как способ вывода адресата из дискурса.** Пассивный залог позволяет реализовать такую стратегию вежливости дистанцирования, как «вывод адресата из дискурса», что является важным средством сохранения лица. Так, в высказываниях *It is*

*parked illegally / You are parked on a double yellow line* (Она припаркована незаконно / Вы припаркованы на двойной желтой линии) (автоинспектор — водителю) действие представляется не как нарушение правил дорожного движения, совершенное адресатом, а как положение, в котором он по каким-то причинам оказался, в результате чего данные замечания носят безличностный, соответственно менее опасный для лица, характер.

В высказываниях типа *It has to be moved / It should be done* (Она должна быть убрана / Это должно быть сделано) пассивный залог позволяет представить побуждение не как действие, которое должен совершить адресат, а которое будет совершено независимо от него.

Конструкции *you are (not) supposed, you are requested* позволяют смягчить категоричность запрета:

*You are not supposed to smoke here* (Вы не предполагаетесь здесь курить).

*You are not supposed to park your car here* (Вы не предполагаетесь парковаться здесь).

*Visitors are requested not to bring dogs into the college* (Посетителей просят не приводить собак в колледж).

Пассивные конструкции часто используются в правилах поведения в общественных местах:

*Litter should be deposited in the appropriate bins* (Мусор должен класться в специальные мусорные ведра) (на платформе метро).

*Alcohol may not be consumed except at the Pavilion Bar* (Алкоголь не может употребляться в иных местах, кроме бара) (на территории парка).

*Bicycles and dogs may not be brought into the college* (Велосипеды и собаки не могут привозиться / приводиться в колледж) (на воротах колледжа).

Пассивный залог позволяет представить ожидаемое от адресата действие не как его обязанность, а как общепринятое правило, что является еще одной стратегией дистанцирования. Благодаря этому говорящий избегает прямого давления на адресата, долженствование и запрет передаются максимально косвенно.

### 3.3. Модальность и стиль коммуникации

Модальность называют межличностным аспектом грамматики, который является центральным как в устной, так и в письменной речи [Carter, McCarthy 1997: 18]. Средства модальности служат для установления личных отношений и до некоторой степени определяют характер взаимоотношений между собеседниками. В английском языке они являются особенно востребованными, так как именно с их помощью реализуются стратегии дистанцирования, играющие столь значимую роль в английской коммуникативной культуре. Широкое использование средств модальности сказывается на английском стиле коммуникации.

Разнообразные средства модальности широко используются в английском языке при выражении просьбы или команды, при этом часто встречается не одно, а несколько таких средств, что позволяет максимально смягчить их коммуникативное воздействие на адресата.

Проанализируем два примера:

*Perhaps it would be better if you put it down* (Возможно, было бы лучше, если бы вы это записали) (учитель — ученикам).

*Do you think you could possibly do me a small favour?* (Ты думаешь, ты мог бы, возможно, сделать мне маленькое одолжение?) (коллеге).

Первое высказывание представляет собой скрытую просьбу (либо совет) в виде декларативного высказывания-намёка. Стараясь снизить воздействие на адресата, говорящий употребляет *perhaps* (сомнение в истинности суждения), *would be better* (гипотетичность положительного результата).

Второе высказывание — косвенная просьба. С целью ее смягчения используются: *do you think* (мнение адресата о возможности выполнения действия), *could* (гипотетичность этой возможности), *possibly* (сомнение в возможности), *small favour* (уменьшение «цены» услуги).

Русские коммуниканты в подобных ситуациях выразят свои намерения в более прямой форме, стиль их высказываний будет иным. Ср.:

*Perhaps it would be better if you put it down* (Возможно, было бы лучше, если бы вы это записали) (учитель — ученикам). — *Запиши-те это, пожалуйста.*

*Do you think you could possibly do me a small favour?* (Ты думаешь, ты мог бы, возможно, сделать мне маленькое одолжение?) (коллеге). — *He сделаешь мне маленькое одолжение? Или Сможешь сделать мне маленькое одолжение?*

Благодаря богатой системе средств выражения модальности, одно и то же коммуникативное намерение может быть выражено в английском языке многообразными речевыми формулами. Так, например, обращаясь с просьбой подвезти, можно сказать:

*Can you give me a lift, please?*

*Could you give me a lift?*

*Can / Could I have a lift, please?*

*Do you think I could have a lift ?*

Если рассмотреть данные формулы с точки зрения стратегий вежливости дистанцирования, то наиболее дистантной из них является *Do you think I could have a lift?* В этой формуле просьба передается в максимально косвенной форме: акцент делается не на слушающего, а на говорящего, возможность в осуществлении действия ставится под сомнение. В итоге прагматическое значение «просьба подвезти» передается через высказывание, семантика которого — вопрос о мнении адресата относительно гипотетической возможности говорящего. В результате воздействие на слушающего, характерное для РА *Просьба*, сведено до минимума. Достигается это при помощи нескольких средств модальности: вопрос, модальный глагол, сослагательное наклонение, единица субъективной модальности *do you think*, субъектная ориентированность.

В модальности, как отмечалось, отражается взаимодействие между четырьмя факторами коммуникации: говорящим, слушающим, содержанием высказывания и действительностью. В приведенном примере наблюдается смещение всех четырех факторов коммуникации: исходя из семантики высказывания, обращаюсь с просьбой не я, выполнять действие будешь не ты, сама возможность достижения цели подвергается сомнению, содержание высказывания не соответствует действительности, то есть его прагматическому значению. Отсюда — его неоднозначность, вызывающая трудность понимания, в частности, у русских, которые не привыкли к столь значительному расхождению между лексическим и прагматическим значением высказывания. В силу культурологических причин в русской коммуникации отсутствует необходимость в столь сильной завуалированности намерений говорящего.

Для русской лингвокультурной традиции, в отличие от английской, характерно более прямое выражение коммуникативных интенций. Ср.:

*Do you think I could have the bill?* (Вы думаете, я мог бы иметь счет?). — *Принесите, пожалуйста, счет* или *Можно счет?*

*Well, I wondered if you could perhaps give her a message* (Я интересовался / Мне было интересно, могли ли бы вы, возможно, передать ей это сообщение) (преподаватель — секретарю кафедры) — *Передайте ей пожалуйста, что ...* или *Не могли бы вы передать ей, что ...?*

*May I suggest that you write to the Department of English Language and Linguistics at Lancaster?* (Могу я предложить вам написать на кафедру английского языка и лингвистики Ланкастерского университета?) (ответ на просьбу) — *Попробуйте написать (обратиться) на кафедру английского языка и лингвистики Ланкастерского университета.*

Интересно, что если русским выражение побуждения в форме вопросительных предложений представляется достаточно дистантным и формальным, то в современной английской культуре не только императив, но даже так называемые *whimperatives* — *could you (do X)*, *will you (do X)* или *would you (do X)*, могут восприниматься как попытка навязать чью-либо волю другому человеку. На этот факт указывает А. Вежбицкая, которая обращает внимание на то, что в современном английском языке появился обширный репертуар дополнительных лингвистических средств, которые позволяют говорящим еще более успешно избегать любого намека на то, что они могут попытаться навязать свою волю другим, среди которых она в первую очередь называет формулу *you might like to: ... here is a list of further reading which you might like to pursue* / *I was just wondering if you might like to go feed the catfish...* [Вежбицкая 2007: 145]. Употребляя данную формулу — *you might like to try, you might like to consider, you might like to know, I thought you might like to hear*, говорящий хочет, чтобы его рассматривали как «источник идей и информации, но не — Боже упаси! — как кого-то, кто хочет, чтобы адресат сделал что-либо» [там же: 146].

Выражение *you might like to* используется в различных контекстах общения для передачи разнообразных коммуникативных намерений:

*You might like to go through now* (секретарь приглашает ожидающего в приемной посетителя войти в кабинет). — *Можете зайти. / Заходите.*



*You might like to see the patient now* (приглашение-разрешение пришедшему по вызову врачу пройти к больному) — *Можете пройти и осмотреть больного.*

*You might like to come to O'Niels this evening. We're having a little get-together* (приглашение друга встретиться в пабе). — *Может, зайдешь сегодня в О'Нилс? Мы там собираемся.*

*You might like to put on a dress.* — *Может, наденешь платье?* (совет).

*You might like to walk my dog when I'm away* (просьба, предполагающая вознаграждение).

Использование средств модальности для смягчения побуждения характерно в английской коммуникации для всех ситуаций общения, включая семейный дискурс: *You might take the dog for a walk when I'm away* (отец — сыну) или *You might go and tidy your room instead of watching television*. Несмотря на наличие глагола *might* данные фразы не теряют своей побудительной прагматики, оставаясь в первом случае просьбой-напоминаем, во втором — командой, и звучат примерно так: *Не забудь гулять с собакой, пока меня не будет / Иди убери комнату. Хватит смотреть телевизор.*

Широкое использование разнообразных средств модальности, характерное для английского стиля коммуникации, формирует такие его черты, как субъективность и некатегоричность, или недоговоренность, недосказанность (*understatement*), отмечаемую многими авторами и наблюдателями над особенностями коммуникативного поведения англичан. Как всегда с юмором об этом пишет М. Любимов:

**НЕДОГОВОРЕННОСТЬ** приводит к неопределенности в выражении суждения и может привести к вольной интерпретации, особенно если речь изобилует любимыми английскими словами «возможно» или «может быть». Не случайно говорят, что англичанам свойствен пробализм, или по-простецки — витиеватость. «Да» или «нет» — слишком категоричны для англичанина, и это зачастую вводит в заблуждение иностранца, не случайно шутка, что англичанин никогда не заявит, что «дважды два четыре», а скорее скажет: «дважды два, возможно, четыре» [Любимов 2004: 234].

Для иллюстрации данной особенности рассмотрим отрывок из романа Дж. Джонстон (участники диалога — старые друзья):

*'I suspect you're a cynic. Are you a cynic, hey?'*

*'I don't think so. I find it hard to be very enthusiastic about the human race.'*

*'A cynic. That's what I'd call you. Have another drink?'*

*'I think not, thank you. I find I have delayed too long as it is.'*

*'Just as you wish. I won't press you.'* (J. Johnston).

Как видим, оба участника диалога, находящиеся в близких отношениях, многократно используют средства модальности. Приведем буквальный перевод этого диалога, чтобы ощутить различия:

— *Я подозреваю, ты циник. Ты циник? А?*

— *Я так не думаю. Я нахожу трудным относиться с энтузиазмом к человеческой расе.*

— *Циник. Я бы тебя так назвал. Еще выпьешь?*

— *Думаю, нет, спасибо. Полагаю, я и так слишком задержался.*

— *Как хочешь. Я не буду тебя заставлять.*

Подобное изобилие модальных единиц чуждо русскому стилю, в буквальном переводе этот диалог звучит неестественно. Русский язык, как отмечалось, обладает не столь богатой системой средств модальности, и употребляются они, в силу своей меньшей востребованности, менее частотно, что существенным образом сказывается на различиях в стилях коммуникации. Русские собеседники, следуя своей коммуникативной традиции и своим стратегиям поведения, высказывались бы в подобной ситуации более прямо и категорично. Возможно, так:

— *Какой же ты циник!*

— *Я? Да какой я циник! Просто не могу смотреть на людей с энтузиазмом.*

— *Вот я и говорю — циник. Давай еще выпьем.*

— *Да нет. Я уже и так слишком задержался.*

— *Да ладно тебе. Давай!*

Сравним русский и английский варианты объявления в посольстве Великобритании, которые также являются иллюстрацией данных стилистических различий:

*Please be advised that with the effect from 1<sup>st</sup> January 2007 the British Embassy in Moscow will only be able to accept visa application forms that have been completed in typed print or hand written in a printed (capital letters) format.*

*Пожалуйста, примите во внимание, что с 1 января 2007 г. посольство Великобритании в Москве будет принимать анкеты только напечатанные или заполненные заглавными буквами.*

Меньшая прямолинейность и императивность английского объявления, по сравнению с русским, достигается различиями как лексического, так и грамматического характера. Ср.: в русском языке — *принимать во внимание* в форме прямого императива (*примите во внимание*), в английском языке — глагол *советовать*<sup>6</sup> в пассивной форме (*be advised*), в результате чего значительно снижается степень прямого воздействия на адресата. Кроме того, использование модального выражения *be able — will be able to accept* (*сможем принимать*, в русском тексте — *будем принимать*) показывает, что данные изменения являются не требованием посольства, а вводятся якобы по неким не зависящим от него объективным причинам.

### 3.4. Прагматика побуждения и «угроза лицу» в межкультурном аспекте

Стратегии дистанцирования реализуются прежде всего в побудительных речевых актах, представляющих собой особую «угрозу», поскольку в них в той или иной степени отражается волеизъявление говорящего, который побуждает адресата к действию. Прежде чем рассматривать данные РА, кратко остановимся на их характеристике.

Побудительные РА называют опасными коммуникативными действиями ('*hazardous communicative activities*') [Fasold 1990: 58]. Объясняется это следующим образом. Если вы отдаете кому-то приказ или обращаетесь с просьбой, вы рассчитываете на то, что адресат выполнит это. Значит, либо вы полагаете, что находитесь на более высокой социальной позиции, достаточной для того, чтобы заставить собеседника выполнить приказ или просьбу, либо степень вашей близости (солидарности) такова, что он готов сделать это для вас. Если же ваши послышки неверны и собеседник не принимает ваше превосходство либо считает, что вашей близости недостаточно, он может отказаться выполнить ваш приказ или просьбу [там же].

Это объяснение показывает, что степень риска получить отказ зависит как от вертикальной дистанции (статусной), так и от гори-

---

<sup>6</sup> Хотя выражение *to be advised* означает *быть проинформированным*, все же полагаем, что семантика совета в нем присутствует.

зонтальной (социальной), что подтверждает нашу гипотезу относительно объяснения особенностей коммуникативного поведения англичан и русских в побудительных речевых актах:

– поскольку горизонтальная дистанция между собеседниками в русской коммуникации исторически короче и, следовательно, степень близости (солидарности) выше, им нет необходимости с такой же степенью интенсивности использовать стратегии, минимизирующие побуждение, как это делают английские коммуниканты;

– поскольку вертикальная дистанция в русском общении выше, чем в английском, говорящий во многих ситуациях имеет достаточно власти и прав для того, чтобы давать приказы или обращаться с просьбой, и его действия воспринимаются слушающим как должное, что также снижает необходимость в столь ярко выраженной минимизации давления, которую мы наблюдаем в английской коммуникации, и позволяет выражать побуждение более прямо.

Насколько приказ или просьба угрожают лицу, зависит от целого ряда обстоятельств и факторов. В межкультурном контексте наиболее важным фактором является тип культуры.

Приступая к анализу побудительных РА, следует уточнить некоторые термины и определить, какие РА будут рассмотрены.

На множественность побудительных интенций в общении неоднократно указывалось исследователями (см. [Searle 1979; Butler 1988; Leech 1983; Tsui 1994; Дорошенко 1986; Храковский, Володин 1986; Храковский 1989; Богданов 1990; Савельева 1991; Беляева 1992; Формановская 1998 и др.]). Прагматическое значение *Я хочу, чтобы ты сделал это* реализуется разными РА: это может быть команда, приказ, указание, просьба, приглашение, совет, предложение и др. Исследователи называют их по-разному и предлагают разные классификации. Б. Фрейзер, в частности, относит просьбу, команду, приглашение, приказ, инструкцию, мольбу к категории реквестивов, которые характеризуются как желания в адрес слушающего совершить действие [Fraser 1975: 192]. Дж. Серл включает просьбу в директивные РА наряду с приказом, требованием, а также мольбой, советом, предложением, приглашением, разрешением и другими, так как иллюкуция всех этих РА — попытаться добиться от слушающего совершения действия (*'they are attempts... by the speaker to get the hearer to do something'*) [Searle 1976: 11]. Таким образом, одни и те же РА объединяются под разными названиями — директивы и реквестивы.

Основная трудность классификации РА вызвана тем, что разные языковые единицы могут передавать одно и то же прагматическое значение, и наоборот, высказывания, имеющие одну и ту же языковую форму, языковое оформление, могут иметь разные иллокуции, выполнять разные прагматические функции, т. е. представлять собой разные РА. Хотя и прослеживается некоторая закреплённость языковых моделей за определёнными РА, часто форма и значение РА не совпадают. Именно поэтому можно, например, обращаться с просьбой, задавая вопрос, и отдавать приказ в форме предложения. Так, В. Лабов и Д. Фаншель [Labov, Fanshel 1977] включают в категорию просьба о действии и приказ (*'Come home!'*), просьбу (*'Will you please come home?'*), предложение (*'Isn't it about time you came home?'*) и намек (*'It's getting late!'*), отмечая, что, несмотря на разное языковое оформление, в каждом из этих высказываний говорящий передаёт одно желание — чтобы адресат вернулся домой (цит. по [Tsui 1994: 92]). Противоположный пример приводит М. Гейс, демонстрируя, как высказывания, построенные по одной языковой модели — *can you do that*, могут быть просьбой, предложением (offer), приглашением, угрозой и вопросом [Geis 1995: 139]:

*Can you reach that book?* (просьба).

*Can you eat more cake?* (предложение — offer).

*Can you come over tonight?* (приглашение).

*Can you get off my fucking foot?* (угроза).

*Can you clean and jerk as Sandy?* (вопрос).

Директивы, как правило, ассоциируются с приказом, реквестивы — с просьбой. Пытаясь различать приказ и просьбу, исследователи предлагают разные основания. Так, Дж. Грин, например, называет в качестве такого основания вежливость и почтение [Green 1975: 120–122], рассматривая просьбу как вежливый способ заставить слушающего совершить действие. Эта точка зрения нашла убедительные возражения: просьба может быть невежливой, а невежливая просьба не является приказом [Lyons 1977: 748–749]. Дж. Серл отмечает, что приказ отличается от просьбы тем, что содержит одно предварительное условие: говорящий должен обладать властью над слушающим [Searle 1969].

Н. И. Формановская предлагает классификацию побудительных РА, которая основана на наличии / отсутствии высокого статуса и власти говорящего, и выделяет инъюнктивы, основанные на таком статусе (приказ, команда, требование, распоряжение, предписание, раз-

решение и др.); и не инъюнктивы, не основанные на нем [Формановская 1998: 202]. Не инъюнктивы, в свою очередь, делятся на реквестивы, когда действие совершается в пользу говорящего (просьба, увещевание, мольба, заклинание и др.), и адвисивы, когда действие совершается в пользу адресата (совет, рекомендация, инструкция, предложение, приглашение и др.).

Данная классификация представляется весьма логичной, но, поскольку статусная дистанция в разных культурах различна, предложенный критерий (высокий статус и власть говорящего) вряд ли может быть основанием для классификации побудительных РА в межкультурном сопоставлении.

И. В. Головина все побудительные акты называет директивными и предлагает выделять в них три основных типа:

1) прескриптивные, т. е. предписывающие действия (приказ, распоряжение и т. д.);

2) реквестивные, т. е. побуждение к действию, совершаемому в интересах говорящего (просьба, приглашение, собственно побуждение);

3) суггестивные, т. е. выражающие совет, предложение [Головина 1997: 12–13].

Ряд исследователей [Leech 1983; Markkanen 1985; Bahns et al. 1986 и др.] с пессимизмом относятся к возможности определить критерий для выделения разных типов реквестивных РА. Так, Дж. Лич и Дж. Томас отмечают, что ни один формальный языковой критерий не может помочь отличить приказ от просьбы, хотя понимание социально-ролевых отношений, наряду с контекстуальными и паралингвистическими характеристиками, помогают сузить возможную интерпретацию этих понятий [Leech, Thomas 1990: 196]. К. Аймер отмечает, что определить однозначно, что такое реквестив, представляется весьма сложной задачей (см. [Aijmer 1996: 130]), также как практически невозможно выявить все способы выражения реквестивов и используемые при этом стратегии.

Близкую точку зрения высказывают Л. П. Ступин и К. С. Игнатъев, обращающие внимание на то, что деление высказываний, побуждающих собеседника к действию, является весьма условным, и для того, чтобы определить, чем является та или иная реплика, необходимо знать ситуацию и подтекст диалога [Ступин, Игнатъев 1980: 94].

Р. Марканен, проведя кросс-лингвистическое исследование выражения просьбы, приходит к выводу, что нет необходимости в раз-

делении реквестивных РА на субкатегории, поскольку найти надежный критерий для такого разделения в двух языках очень трудно, и предлагает отказаться от попытки классифицировать директивы [Markkanen 1985: 23].

Разделяя мнение авторов, считающих, что вряд ли возможно предложить четкую классификацию РА и выделить критерий, который позволил бы однозначно охарактеризовать высказывание как тот или иной РА, в силу того, что в этом замешено множество лингвистических и экстралингвистических факторов, полагаем, что некая точка отсчета, некий, хотя бы условный, критерий все же необходим. Особенно это важно для сопоставительного исследования, так как один и тот же РА может пониматься неоднозначно в разных коммуникативных культурах. Прежде всего, попытаемся противопоставить директивные и недирективные РА.

Многие исследователи сходятся во мнении, что основное различие между приказом и просьбой состоит в том, что, обращаясь с просьбой, говорящий предлагает слушающему выбор (опцию), совершать действие или нет, в то время как в приказе такого выбора нет. Другими словами, в просьбе говорящий признает за адресатом право не совершать действие (см. [Lyons 1977: 749; Leech 1983: 219; Butler 1988: 133; Tsui 1994: 90]). Именно на основании наличия/отсутствия у адресата опции (совершать действие или нет) А. Цуи считает целесообразным делить все РА, побуждающие к действию, на два класса — реквестивы и директивы [Tsui 1994: 93] — и среди них выделять подклассы.

В принципе разделяя это мнение, считаем при этом, что само понятие *опция*, как и вопрос о разделении побудительных РА на директивы и недирективы, требует специального уточнения, поскольку то, что в одном языке воспринимается как приказ, в другом может быть просьбой. Так, например, такие высказывания, как *Дай мне ту книгу, пожалуйста; Скажите, пожалуйста, до какого часа открыта сегодня библиотека*, в русской коммуникации воспринимаются скорее как просьба, чем как приказ. В английском языке аналогичные высказывания представляются недостаточно вежливыми, так как императив чаще всего является способом выражения приказа, в то время как просьба выражается преимущественно вопросительным высказыванием (*Would you give me that book, please?*) или декларативом (*I'm just wondering till what time the library is open today*).

В русской коммуникации просьба, помимо императива с модификатором *пожалуйста*, также может быть выражена при помощи вопросительных высказываний. Ср.: *Дай мне ту книгу, пожалуйста.* — *Ты не мог бы дать мне ту книгу? / Скажите, пожалуйста, до какого часа открыта сегодня библиотека.* — *Не подскажете, до какого часа открыта сегодня библиотека?* Однако обращает на себя внимание тот факт, что есть ситуации, когда в русской коммуникации императивное высказывание представляется единственно возможным: *Предъявите, пожалуйста, ваш билет. / А сейчас откройте ваши учебники.* Вряд ли фразы *Вы не могли бы предъявить ваш билет?* (контролер — пассажиру) или *Вы не могли бы открыть учебники?* (учитель — ученикам) будут восприняты как ситуативно уместные.

В английской же коммуникации и здесь наиболее типичными являются вопросительные высказывания: *May I see your ticket?* (Можно мне увидеть ваш билет?) / *Would you open your books, please?* (Пожелали ли бы вы открыть ваши книги, пожалуйста?). У русских коммуникантов английские вопросительные высказывания в подобных ситуациях вызывают удивление, поскольку с их точки зрения императив здесь представляется единственно возможным способом выражения побуждения.

Чтобы понять причину данных коммуникативных особенностей, представляется чрезвычайно важным различать такие понятия, как семантическая опция и прагматическая опция, вытекающие из понятий прагматическое значение и семантическое значение.

**Семантическая опция (SO)** относится к семантике, то есть исключительно к оформлению высказывания. И в английском, и в русском языках она содержится в семантике вопроса, на который теоретически может быть дан как утвердительный, так и отрицательный ответ:

*Could you help me with this translation? — Sure. / Sorry, I'm afraid I can't at the moment. I am very busy now.*

*Ты не мог бы помочь мне с этим переводом? — Да, конечно. / Извини, сейчас никак не смогу, я очень занят.*

**Прагматическая опция (PO)** связана с прагматическим значением, т. е. с контекстом, с тем, есть ли у слушающего в конкретной реальной коммуникативной ситуации альтернатива и может ли он не совершать действие (например, отказаться предъявить контролеру билет, не открывать книгу на уроке) или вынужден подчиниться.



В английской коммуникации семантическая опция может как предполагать прагматическую опцию, так и не предполагать ее. Сравним высказывания в следующих ситуациях:

Ситуация 1. (контролер — пассажиру):

- 1.1. *Show me your ticket, please* (SO-, PO-).
- 1.2. *May I see your ticket?* (SO+, PO-).

Ситуация 2. (полицейский — водителю):

- 2.1. *Move up your car, please* (SO-, PO-).
- 2.2. *Could you please move up your car?* (SO+, PO-).

Ситуация 3. (между друзьями):

- 3.1. *Help me with this translation, please* (SO-, PO+).
- 3.2. *Could you help me with this translation, please?* (SO+, PO+).

В первых двух ситуациях все высказывания, несмотря на формальную и семантическую разницу (высказывания 1.2 и 2.2. построенны при помощи вопроса, т. е. содержат семантическую опцию, в отличие от 1.1 и 2.1.), являются директивами, поскольку в функциональном плане выбор не предполагается ни в одной из ситуаций: пассажир обязан подчиниться контролеру, водитель — полицейскому, т. е. прагматическая опция здесь отсутствует. В то же время высказывание 3.1 (SO-), несмотря на отсутствие семантической опции, как и 3.2. (SO+), имеющее ее, директивами не являются. Оба они выражают просьбу, поскольку данная коммуникативная ситуация предполагает прагматическую опцию (PO+): адресат может как совершать действие, так и нет. То есть в высказывании 3.1. отсутствует семантическая опция при наличии прагматической опции (SO-, PO+), в высказывании 3.2. содержатся как семантическая опция, так и прагматическая (SO+, PO+).

То же самое мы можем наблюдать и в русской коммуникации. Только здесь это касается императивных высказываний. Ср.:

4.1. *Предъявите, пожалуйста, ваш билет* (контролер — пассажиру) (SO-, PO-).

4.2. *Помоги мне, пожалуйста, с этим переводом* (между друзьями) (SO-, PO+).

5.1. *Садитесь, пожалуйста* (учитель — ученикам, вставшим с места во время урока) (SO-, PO-).

5.2. *Садитесь, пожалуйста* (хозяин дома — гостю) (SO-, PO+).

Данные примеры имеют одинаковое оформление: все они построены при помощи императива с модификатором *пожалуйста*, то есть семантическая опция не присутствует ни в одном из них. Однако с точки зрения прагматики данные высказывания различны. Высказывания 4.1. и 5.1. являются не чем иным, как командой, смягченной модификатором, поскольку в данных ситуациях у адресата нет выбора, он обязан совершить действие; высказывание 4.2 — просьбой, 5.2. — приглашением. Несмотря на то, что они также построены при помощи императива, адресат обладает полной свободой выбора — совершать действие или нет.

Исходя из вышесказанного, предлагаем делить побудительные речевые акты на директивные и недирективные на основе наличия / отсутствия прагматической опции. Таким образом, под **директивными РА** будем понимать РА, предполагающие действие слушающего в интересах говорящего (иногда в интересах слушающего — *Пристегните ремни безопасности*), обязательное для выполнения, т. е. независимо от формы высказывания у слушающего нет выбора, совершать действие или нет (прагматическая опция отсутствует).

К **недирективным** относим РА, которые предполагают действие слушающего, необязательное для выполнения, т. е. он свободен в принятии решения (имеется прагматическая опция). При более детальной классификации здесь выделяются различные по прагматическому значению РА (просьба, совет, приглашение и др.).

Такой подход помогает выявить особенности в способах выражения прагматического значения «*Я хочу, чтобы ты сделал это*» и в стратегиях вежливости, которые используются в данных РА в английской и русской коммуникации.

Одно из важнейших различий в способах оформления побудительных РА в английской и русской коммуникации состоит в том, что русские высказывания при отсутствии прагматической опции (то есть директивы), как правило, строятся при помощи императива. В таких случаях модели, содержащие семантическую опцию, обычно не используются. В английской же коммуникации, даже при отсутствии прагматической опции, высказывание может строиться при помощи вопроса, то есть модели, содержащей семантическую опцию. Таким образом создается иллюзия опции, которая якобы предлагается адресату, в результате чего уменьшается степень воздействия на него и высказывание приобретает более вежливое звучание. В русской ком-

муникации данная стратегия для высказываний, не предполагающих прагматическую опцию, не применяется.

Учет таких факторов, как кто совершает действие и в чьих интересах, при рассмотрении недирективных побудительных РА позволяет выделить среди них шесть подклассов:

1. РА, предполагающие действие говорящего в его собственных интересах (просьба-разрешение): *Can I take your pen?*

2. РА, предполагающие действие говорящего в интересах слушающего (предложение — offer): *Can I help you?*

3. РА, предполагающие действие слушающего в интересах говорящего (просьба о действии): *Could you help me?*

4. РА, предполагающие действие слушающего в его собственных интересах (совет): *Why don't you buy this dress?*

5. РА, предполагающие действие слушающего в интересах как говорящего, так, как правило, и его собственных (приглашение): *Would you like to come over tonight?*

6. РА, предполагающие действие говорящего и слушающего в интересах обоих коммуникантов (предложение — suggestion): *What about going to the cinema? / Let's do it now.*

Данная классификация позволяет увидеть особенности рассматриваемых РА и понять их связь с теми стратегиями вежливости, которые используют в них представители сопоставляемых коммуникативных культур. Что касается директивных РА, то нами не предлагается никакой специальной классификации, хотя при более детальном их рассмотрении она, очевидно, возможна (если найти основание для дифференциации таких РА, как приказ, указание, команда, требование, распоряжение и др.).

Предлагаемая здесь классификация носит обобщенный характер, так как для определения того или иного РА необходим комплексный анализ. Помимо того, что один и тот же РА может быть выражен разными языковыми моделями, трудность его определения вызвана тем, что для выявления прагматического значения высказывания необходим учет множества разнообразных факторов. Помимо того, кто будет совершать действие, в чьих интересах, можно ли его не совершать, важен характер самого действия, к которому побуждают слушающего (сложность его выполнения). Важную роль играет коммуникативный контекст: ситуация общения, наличие/отсутствие статусной и социальной дистанции, возраст, пол, социальная принадлежность, время и место общения и т. д., а также ответная реплика

собеседника (либо ее отсутствие). Существенным фактором, определяющим РА, является также интонация, то есть то, каким образом произносится высказывание<sup>7</sup>.

Независимо от того, к какому РА относится то или иное высказывание, все побудительные РА имеют общее значение — *Я хочу, чтобы ты сделал это*. Степень допустимости оказания давления на других с целью побудить их сделать то, чего хочет говорящий, является культурно вариативной характеристикой. В силу отмеченных выше различий социально-культурного характера в русской культуре она значительно выше, чем в английской, где важнейшей коммуникативной задачей является демонстрация уважения личной свободы и независимости человека и недопустимость оказания прямого давления на него.

Помимо причин социального характера (права на оказание давления), важную роль здесь играет также тот факт, что сами речевые акты в сопоставляемых культурах существенно различаются. Так, в русской культуре, как и в других культурах коллективистского типа, просьба не представляет собой столь большой угрозы, как в английской: обращение с просьбой является широко распространенным повседневым действием. Что же касается таких актов, как совет и приглашение, они и вовсе являются скорее актами «солидарности», а не «вторжения» и с трудом ассоциируются с таким понятием, как «угроза лицу». Результаты проведенного исследования подтверждают данную гипотезу.

### 3.5. Национально-культурные особенности английского и русского коммуникативного поведения в побудительных речевых актах

#### 3.5.1. Просьба

Просьба — побудительный РА, предполагающий действие, совершаемое слушающим в интересах говорящего, при этом у исполнителя действия есть свобода выбора относительно того, совершать это действие или нет (т. е. имеется прагматическая опция). Как импози-

---

<sup>7</sup> По той роли, которую интонация играет в коммуникации, она достойна быть объектом специального, в том числе культурологического исследования (см. [Хромов 2008]), однако в данной работе она отдельно нами не рассматривалась.

тивный акт просьба является, в меньшей или большей степени, опасным РА, поскольку содержит угрозу для обоих участников коммуникации: угрозу для объекта, на свободу которого покушаются, и угрозу для самого субъекта, который может получить отказ. Соблюдение говорящим принципа вежливости в нем сводится к сглаживанию его изначальной «невежливости», которая связана с тем, что в нем совмещается, с одной стороны, волеизъявление говорящего, а с другой — побуждение адресата к действию. Этот факт, а также то, что у слушающего есть прагматическая опция не совершать действие, к которому его побуждают, приводит к тому, что при реализации данного РА коммуниканты наиболее активно используют стратегии дистанцирования, хотя в разных коммуникативных культурах с разной степенью интенсивности, поскольку степень «угрозы», которую несет в себе этот РА, также культурно вариативна.

Просьба является наиболее изученным РА. Как в зарубежной литературе, так и в отечественной существует большое количество работ, посвященных описанию просьбы и ее особенностей, в том числе и в сопоставительном плане [Формановская 1984, 1994; Беляева 1992; Шульженко 1992; Егорова 1995; Кан Сон Хи 1998; Ervin-Tripp 1976, 1981; Clark, Schunk 1980; Rintell 1981; Blum-Kulka 1987; Blum-Kulka et al. 1984, 1985, 1989; Sifianou 1992; Tsui 1994; Trosborg 1995 и многие др.]. Обобщая результаты проведенных исследований, а также личные наблюдения, рассмотрим, при помощи каких языковых средств выражается просьба в английском и русском языках и какие коммуникативные стратегии при этом используются.

### 3.5.1.1. Выражение просьбы в английской коммуникативной культуре

Английский язык отличается большим разнообразием средств выражения просьбы: это императивные высказывания, вопросительные конструкции, косвенные вопросы, развернутые высказывания, высказывания-намек<sup>8</sup>. Все они могут быть оформлены при помощи разнообразных лексико-грамматических средств и осложнены многочисленными модификаторами. Выбор тех или иных конструкций зависит от многих экстралингвистических факторов и определяет разную степень вежливости.

---

<sup>8</sup> Здесь будут рассмотрены лишь наиболее конвенциональные способы выражения просьбы.

С точки зрения способа выражения просьба может быть выражена прямо или косвенно, причем степень косвенности также существенно варьируется. Поскольку, как мы знаем, «выражайтесь косвенно» — одна из стратегий английской вежливости, предпочтение отдается именно этому способу, однако прямой способ также возможен, хотя и в очень ограниченной степени.

**Прямой способ.** При прямом способе просьба выражается эксплицитно: императивными высказываниями (*Help me, please*) и декларативными (*I ask you to help me / I want you to help me*). В силу того, что императив в английской коммуникации закреплен, главным образом, за выражением директивных РА (команды, приказа), его роль в выражении просьбы незначительна. Императивные высказывания, так же, как и прямые декларативные конструкции (*I want / I need*) характерны главным образом для низкого уровня вежливости, т. е. в некоторых ситуациях при неформальном общении в кругу близких. Интересные данные приводит Э. Ринтель [Rintell 1981]. Согласно результатам ее исследования, прямой способ выражения просьбы (не только императивные высказывания, но и высказывания типа *I want you to help me*) составляет при низком уровне вежливости 34,4 %, при среднем уровне на долю таких высказываний приходится всего 3,1 %, а в высоком они вообще отсутствуют [Rintell 1981: 22–23] (см. Приложение, Таблица № 1).

Такое строгое ограничение на употребление императива естественно для культуры, где важнейшей ценностью является автономия личности, поскольку императив — самый прямой способ выражения желания говорящего, который практически не оставляет слушающему возможности не совершать действие. Еще раз подчеркнем, что употребление императива для выражения просьбы допускается в очень ограниченных ситуациях и только при неформальном общении с близкими (друзьями, членами семьи). Как правило, он сопровождается модификаторами:

*Hang on a minute, please.*

*Pass me my handbag dear.*

*Just keep it for me.*

Более того, даже добавление модификаторов, в том числе и слова *please*, не смягчает его настолько, чтобы он мог стать нейтральным средством выражения побуждения. Важно отметить, что *please* в английском языке не является эффективным модификатором императива. Как отмечают английские исследователи, его единственная функ-

ция — быть индикатором вежливости, но сам по себе он не играет большой роли (см. [Leech, Svartvik 1994: 33]). Эффект смягчения побуждения достигается только в комбинации *please* с другими средствами (в вопросительном предложении в сочетании с *could* или *would*). Употребленное в начале предложения слово *please* усиливает просьбу: *Please stop making all that noise!*

Говорящий может смягчить воздействие императива конечным формативом (*will you, would you, could you, right, all right, OK*), как бы пытаясь таким образом заручиться согласием адресата совершить действие, убедиться в том, что он не возражает: *Pass me that cannula would you, nurse? Thank you* (J. Asher) (врач — медсестре во время операции). В высказываниях этого типа конечный форматив *will you/ would you* утратил значение вопроса и стал маркером вежливости, приблизившись по значению к слову *please*. Об этом свидетельствует тот факт, что после подобных высказываний ответная реплика часто отсутствует и даже не предполагается.

По мнению К. Аймер [Aijmer 1996: 186], в неформальных контекстах в качестве модификаторов императива могут выступать также *you* и *do*, которые, по ее наблюдению, выполняют ту же роль, что и модификатор *please*:

*Oh you, take the good one, and leave me the old one.*

*Just you excuse me two minutes while I try to find out this figure.*

*Do* в сочетании с императивом встречается в разговоре хорошо знающих друг друга собеседников и вносит в высказывание оттенок убеждения, призыва, а также дружелюбия:

*How did you get on at your interview? Do tell us.*

В таких высказываниях возможны и другие модификаторы, характерные для неформальной речи:

*Oh well, I mean, do keep on ringing me, you know.*

Смягченный императив ассоциируется с фамильярностью и неформальным дискурсом [Aijmer 1996: 141]. Однако отмеченное значение императивных высказываний создается многими ситуативными факторами, важнейшую роль при этом играет интонация. Те же речевые формулы в других контекстах и с иным интонационным оформлением могут звучать с оттенком нетерпения, настойчивости и даже раздражения: *You mind your own business!*

Вне указанной сферы императив в английской коммуникации звучит слишком прямо и грубо, что делает невозможным буквальный перевод на английский язык таких привычных русских фраз, как

Скажите, пожалуйста, как пройти к метро (прохожему на улице) / Позовите, пожалуйста, Катю (по телефону) / Проходите, пожалуйста, вперед (в транспорте) и т. д.

Отрицательные императивные конструкции, содержащие просьбу к адресату не совершать то или иное действие (*Don't smoke*), также отличаются пониженной степенью вежливости. На более вежливом уровне общения предпочтение отдается развернутой конструкции *I'd rather you didn't smoke, if you don't mind*.

Прямые декларативные высказывания, выражающие просьбу (*I want you to do this / I ask you to do this*), тоже не типичны для английской коммуникативной культуры. По прямолинейности в восприятии англичан они очень близки императивным, поскольку в них говорящий также прямо говорит о своем желании, не принимая при этом во внимание желания или возможности собеседника. С точки зрения английских коммуникантов, в подобных высказываниях говорящий ставит свои интересы выше интересов партнера по коммуникации и таким образом демонстрирует свое превосходство над ним: *I want to speak to the manager*. Чтобы избежать этого, используются средства смягчения побуждения:

*I'd like to speak to the manager* (сослагательное наклонение);

*I wanted to speak to the manager* (прошедшее время).

Следует отметить, что в английской коммуникации перформативные глаголы (*I ask... / I advise... / I invite...*) воспринимаются как чрезмерно прямое выражение коммуникативных намерений собеседника и их употребление крайне ограничено. В первую очередь это касается глагола *to ask* — «просить». Как отмечает А. Вежицкая, в английском языке норма, запрещающая использование глагола «просить» (*to ask*) в перформативной форме, даже сильнее, чем норма, запрещающая использование императива [Вежицкая 2007: 138]. Таким образом, русское (*Я прошу тебя/вас* + инфинитив) и английское *I ask you to do X* имеют разную силу воздействия на собеседника.

Анна Зализняк обращает внимание на то, что русский глагол *просить* имеет гораздо более сложную семантическую структуру, он отличается от английского *to ask* в том отношении, что просящий неизбежно оказывается «в положении просителя», что сближает русский глагол *просить* с английским глаголом *to beg* [Зализняк Анна 2005: 283–284]. В результате, произнося слово *прошу*, говорящий ставит себя не выше адресата, а, напротив, ниже, независимо от реальной иерархии их статусов.



**Косвенный способ.** Явно выраженное предпочтение в английской коммуникации отдается косвенным способам выражения просьбы, чего требует английская вежливость. Вежливость косвенных высказываний объясняется тем, что они облегчают слушающему возможность отказа, предоставляют возможность не совершать действие, к которому его побуждают, но самое главное — демонстрируют уважение говорящего к независимости адресата, поскольку звучат не как прямое побуждение к действию, а как вопрос о возможности или желании адресата это действие совершить, т. е. последнее слово остается за ним.

Наиболее распространенным способом выражения просьбы являются **вопросительные высказывания** с модальными глаголами. По обобщенным нами данным Э. Ринтель [Rintell 1981], на их долю в ее исследовании пришлось наибольшее количество высказываний: 62,5 % — при низком уровне вежливости, 84,4 % — при среднем и почти 72 % — при высоком. Таким образом, вопросительные конструкции являются наиболее частыми при выражении просьбы на всех уровнях вежливости, включая низкий, на что следует обратить особое внимание.

Эти цифры подтверждаются результатами и других исследователей. Так, по данным CCSARP (Cross-Cultural Speech Act Realization Project) [Blum-Kulka et al. 1989], в австралийском английском на долю вопросительных высказываний, выражающих просьбу, приходится 82,4 %, в то время как прямые высказывания составили всего 9,8 %. В исследовании М. А. Егоровой в британском английском вопросительные высказывания, выражающие просьбу, при симметричных отношениях составили 91,9 % [Егорова 1995: 102].

Среди вопросительных высказываний выделяются два основных типа:

- 1) объектно-ориентированные, т. е. ориентированные на слушающего: *Can you give me a lift home?*
- 2) субъектно-ориентированные, т. е. ориентированные на говорящего: *Can I get a lift home?*

Среди вопросов первой группы можно выделить вопросы о возможности адресата совершить действие (*can you, could you*) и вопросы о его намерении и желании (*will you, would you*). Вопросы о возможности наиболее употребительны на всех уровнях вежливости, что позволяет говорить о том, что они являются наиболее нейтральными, немаркированными. При этом высказывания с глаголом *could*

звучат более мягко, чем с *can*. Вопросы с глаголом *would* характеризуются большей степенью вежливости по сравнению с *could* и употребляются на среднем и высоком уровнях вежливости (см. Приложение, Таблица № 1).

Возможны и вопросы с глаголом *will*, которые также являются достаточно распространенным способом выражения просьбы, однако разница между *will* и *would* более значительная, чем между *can* и *could*. В зависимости от ситуации вопросы с *will* могут звучать с большей или меньшей степенью вежливости, так как могут выражать как вопрос о желании адресата совершить действие, так и о его намерении (в последнем случае высказывание порой содержит оттенок раздражения). Ср.:

*Will you marry me?* (Ты выйдешь за меня замуж?) (просьба-предложение).

*Will you ever tidy up your room?* (Ты уберешь когда-нибудь свою комнату?) (просьба, близкая к приказу).

Вопросы с *will you* представляют собой достаточно прямое выражение просьбы, в то время как высказывания с *would you* сигнализируют о некоторой социальной дистанции и формальности [Aijmer 1996: 160]:

*Will you stop talking, please?*

*Would you give me a hand, please?*

Л. Виссон также указывает на то, что фразы с глаголом *will* звучат «резковато» даже при наличии слова *please* — *Will you (please) bring me some coffee?* или *Will you (please) get some bread from the kitchen and put it on the table?* (без *please* просьба звучит и вовсе грубо) — и рекомендует при обращении с просьбой отдавать предпочтение глаголу *could*, который даже при отсутствии слова *please* делает просьбу более мягкой — *Could you bring me some coffee?* или *Could you get the bread from the kitchen?* (см. [Виссон 2003: 97]).

Данный факт является еще одним подтверждением того, что английское *please* является не столь сильным модификатором, как русское *пожалуйста*, при этом оно употребляется гораздо чаще, особенно с глаголами *could* и *would*. *Can* и *will* реже сопровождаются модификаторами. Возможно, это происходит потому, что их выбор уже свидетельствует о желании говорящего звучать менее вежливо.

Таким образом, *Could you please* является одним из наиболее предпочитаемых способов выражения просьбы: *Could you please ring me back?* / *Could you please give my apologies to Mr. Smyth?*

Помимо *please*, возможны и другие модификаторы: *could you kindly / could you sweetly / could you perhaps / could you possibly / could you just / do you think you could*. Например:

*Could you possibly ring me at eight?* (Ты мог бы, возможно, позвонить мне в восемь?).

*Could you just put them somewhere for me?* (Ты мог бы просто оставить их для меня где-нибудь?) (просьба к другу оставить книги).

В одном высказывании может употребляться несколько средств модальности: *Do you think you could possibly ring me at eight?* (Ты думаешь, ты мог бы, возможно, позвонить мне в восемь?) (сообщение, оставленное на автоответчике).

Глагол *would* встречается с модификаторами *please, just, kindly*: *Would you just tell us about the argument of the last paragraph? / Would you kindly have a look at my essay?*

Субъектно-ориентированные вопросы характерны главным образом для ситуаций, в которых содержится просьба о предмете. Они оформляются при помощи глаголов *can, could, may, might*. Наиболее распространенными в неофициальном стиле общения являются вопросительные конструкции с глаголом *can* (*Can I borrow your umbrella, please? / Can I have another cup of coffee, please?*). Высказывания с глаголом *could*, отличающиеся большей долей сомнения, характеризуются несколько большей степенью вежливости (*Could I use your telephone, please? / Could I have a pint of lager, please?*). Модели с глаголами *may/might* звучат еще более вежливо и уважительно по отношению к адресату и более характерны для официального стиля общения. Как отмечает А. Тросборг, они сигнализируют о формальности и/или субординации [Trosborg 1995: 200].

К непрямым способам выражения просьбы относятся также **развернутые высказывания**, которые являются в английском языке наиболее вежливой (точнее, наиболее косвенной) формой выражения просьбы. Они характерны для высокого и среднего уровней вежливости — для ситуаций, когда коммуниканты разделены более значительной дистанцией<sup>9</sup>: *It's not urgent, but I would be grateful if you could give me a call* (Это не срочно, но я был бы благодарен, если бы вы могли мне позвонить) (сообщение на автоответчике).

<sup>9</sup> Высокий уровень вежливости — 28,2%, средний — 12,5%, на низком они практически не употребляются [Rintell 1981: 21–23].

С точки зрения структуры, субъектно-объектной ориентированности и семантики, среди развернутых высказываний можно выделить несколько групп:

а) сложные косвенно-вопросительные конструкции, главным образом ориентированные на слушающего, в которых говорящий интересуется отношением адресата к его просьбе и возможностью ее выполнения:

*Would you mind doing something?*

*Would you care to do it?*

*Would you be kind / good enough to do it?*

*Would you be so kind as to do it?*

*Do you think you could do it?*

*Would it bother you to do it?*

*Would it be possible for you to do it?*

*Would it be too much trouble for you do it?*

б) субъектно-ориентированные высказывания, содержащие косвенный вопрос о возможности адресата выполнить просьбу:

*I wonder if you can / could do that.*

*I wonder if you would do that.*

*I wonder if you mind doing that.*

*I was wondering if you could do that.*

*I was thinking maybe you wouldn't mind doing that.*

*I wondered if you could perhaps do that.*

*I'd like to know if it is possible for you to do that* и др.

в) декларативные высказывания, выражающие гипотетическое желание адресата обратиться с просьбой:

*I'd like to ask you to do that.*

*There's something I'd like to ask you.*

г) высказывания, в которых говорящий выражает свою признательность адресату в случае выполнения просьбы:

*I would appreciate it if you'd do that.*

*I would be obliged if you'd do that.*

*I would be (most / extremely) grateful if you could / would do that.*

Возможны также конструкции *If you would do that / If you could do that*, которые в синтаксическом плане представляют собой псевдопридаточные предложения, в которых недостает главной части (*I wonder / I'd like to know*). Например: *If you would open your book now* (Если бы вы открыли сейчас книги) (учитель — ученикам); *If you would take a seat* (Если бы вы сели) (в офисе — посетителю).

Интересно отметить, что Дж. Лич и Дж. Свартвик, называя вежливой просьбой такие высказывания, как *Would you mind starting again?* (Ты бы не возражал начать снова?), *Would you be good / kind enough to let me know?* (Был бы ты достаточно добр, чтобы сообщить мне?), *I would be (extremely) grateful if you would telephone me this afternoon* (Я был бы чрезвычайно признателен, если бы вы позвонили мне сегодня днем), *I wonder if you could kindly write a reference for me* (Я интересуюсь, могли бы вы любезно написать мне рекомендацию), подчеркивают, что они *типичны для разговорного английского* ('*These statements are typical for spoken English*') [Leech, Svartvik 1994: 167–168] (выделено мной. — Т. Л.). При этом уточняют, что в формальных письмах используются *I would be very grateful if you would...* (Я был бы очень признателен, если бы вы...), *I would appreciate it if you could...* (Я бы оценил, если бы вы могли...) [там же]. Данный факт свидетельствует о том, что в английской коммуникативной культуре (по сравнению с русской) нейтральный уровень вежливости сдвинут в сторону высокого уровня, то есть в сторону формальной вежливости.

Любопытно, что английский язык не всегда имел столь развитую систему средств выражения просьбы и не всегда предпочтение отдавалось именно косвенным способам ее выражения. В языке Шекспира свободно употреблялись и императив, и перформативные глаголы «требования». На этот факт обращает внимание А. Вежбицкая [Вежбицкая 2007: 152], которая предлагает выделять четыре этапа в английской исторической прагматике:

Этап I — свободное использование императивов и перформативных глаголов «требования» (*I pray thee, do it*).

Этап II — рост ограничений на использование императивов, распространение «whimperatives», отказ от перформативного использования глаголов «требования» (*Could you / would you do it?*).

Этап III — распространение предложений *suggestions* разных типов (*I would suggest... / Perhaps you could... / You might like to...*).

Этап IV — от *I would suggest* до *I was wondering if (I was wondering if you could... / I was wondering if you'd like to...)* [там же].

Таким образом, в исторической перспективе в английской коммуникативной культуре наблюдается движение от прямого способа выражения просьбы ко все более косвенному.

### 3.5.1.2. Выражение просьбы в русской коммуникативной культуре

В русском языке набор моделей, обслуживающих речевой акт *Просьба*, также достаточно разнообразен, о чем свидетельствуют результаты исследований многих авторов [Формановская 1984, 1994, 1998, 2002; Беляева 1992; Шульженко 1992; Егорова 1995; Харчарек 1998 и др.]. Как и в английском языке, просьба может быть выражена прямо или косвенно при помощи императивных, декларативных, вопросительных и развернутых высказываний. Однако частотность и предпочтительность их употребления, а также сферы, в которых они используются в английском и русском языках, существенным образом различаются.

**Императивные высказывания.** Главное различие в способах выражения просьбы в английской и русской коммуникации касается употребления императива. Если, как отмечалось, английская вежливость накладывает строгие ограничения на его употребление, в русской коммуникации императив — основной способ выражения просьбы. Императивное высказывание, ядром которого является повелительное наклонение глагола — *Сделай(те) это, пожалуйста* — наиболее частотное воплощение просьбы [Формановская 1998: 204]. По наблюдениям исследователей, в данном РА императив употребляется в русском языке в 19 раз чаще, чем в английском; две трети всех реквестивных высказываний приходится в русском языке на долю императива, который не имеет семантических вариантов (см. [Егорова 1995]).

На факт широкого употребления императива в русской коммуникации обращают внимание и зарубежные исследователи [Wierzbicka 1991: 30; Thomas 1983: 102], которые подчеркивают при этом, что русский императив существенно отличается от английского. В русском языке *Сделай(те) это, пожалуйста* является нейтральным, немаркированным способом выражения просьбы. Сфера употребления императивных высказываний при выражении просьбы значительно шире, она охватывает все уровни вежливости.

Как справедливо отмечает Н. И. Формановская, императивно выраженная просьба в общении может «прочитываться» адресатом с точки зрения той или иной степени внимания, вежливости, мягкости или требовательности, проявленных к нему [Формановская 1998: 204]. То есть в зависимости от многих факторов, как лингвистиче-

ских, так и паралингвистических и экстралингвистических, императивная просьба может иметь в русском языке разную иллокутивную силу. Напомним, в английском языке высказывания, построенные по модели *Do it please* являются показателем низкого уровня вежливости и характерны только для неформального общения (при чем в весьма ограниченных контекстах).

Для актуализации вежливых отношений между коммуникантами и снижения категоричности высказывания в русском языке также существует целый ряд языковых средств, среди которых следует назвать:

- маркер вежливости *пожалуйста*,
- ты / Вы форма,
- ласкательно-уменьшительные формы обращений (*сыннок, сыночек, Сереженька, доченька, Машенька*),
- различные минимизаторы, используемые для снижения «социальной цены» предмета просьбы и приуменьшения затрат адресата (*чуть-чуть, маленький, капельку, глоточек, секундочку, на минутку* и др.);
- удвоение выражения просьбы (*Прошу вас, очень прошу*).

Слово *пожалуйста*, как отмечалось, имеет в русском языке более сильное прагматическое значение, чем английское *please*. Не случайно оно называется *волшебным* словом. Употребленное с императивом, оно смягчает категоричность его звучания и переводит команду в просьбу.

Помимо *пожалуйста*, эффективным средством усиления вежливости императивного высказывания является обращение на *Вы* и по имени-отчеству. Фраза *Владимир Иванович, зайдите, пожалуйста, ко мне в кабинет* в восприятии русских звучит как вежливая просьба, а не команда (интонация, которая, как уже отмечалось, играет важную роль в определении прагматики высказывания, во внимание нами не принимается).

В неофициальной сфере общения большую роль играют уменьшительно-ласкательные суффиксы как в обращениях (*дружок, сыночек, деточка, Манечка*), так и в других именах: *Сыннок, помоги, пожалуйста / Манечка, пости часочек* (в семье). Данное средство смягчения императива используется также и вне интимной сферы общения — с незнакомыми и мало знакомыми людьми: *Ротик откройте* (у зубного врача); *Сыннок, уступи бабуле местечко* (в автобусе).

Как и в английском языке, возможно употребление различных минимизаторов, уменьшающих «цену» просьбы: *Подожди секунду (секундочку) / Посиди со мной минутку / Налей мне капельку сока / Поддай листок бумаги*. Таким образом, здесь мы наблюдаем реализацию стратегии «минимизируйте степень вмешательства».

Модификаторы просьбы со значением сомнения, неуверенности, характерные для английского языка и употребляемые для смягчения просьбы, в русском языке практически не используются. Напротив, средства внутренней модификации реквестивных конструкций в русском языке нацелены не на смягчение просьбы, а на ее интенсификацию: *Окажите любезность / Не откажите в любезности / Не считите за труд / Будьте добры / Будьте любезны, сделайте это, пожалуйста* и др. Удвоенная просьба (использование двойного императива!) не уменьшает, а, напротив, увеличивает степень вежливости.

С точки зрения межкультурной прагматики данные высказывания весьма любопытны. В них содержится некий внешний парадокс. С одной стороны, перечисленные модификаторы являются актуализаторами вежливости, с другой стороны, они выражены в форме императива, то есть в одном высказывании содержатся два императивных глагола, что удваивает просьбу, усиливает давление на адресата. Очевидно, уровень вежливости в данных высказываниях повышают косвенные оценки качеств адресата (*добры, любезны*) и указание на значимость ожидаемых от него действий (*одолжение, любезность*), а также особенность семантики русского глагола *прошу*, который, как мы уже отмечали, ссылаясь на наблюдение Анны А. Зализняк, в отличие от английского *ask*, ставит говорящего не выше собеседника, а ниже. В результате настойчивое апеллирование к адресату не воспринимается как нарушение этикетных норм, а напротив повышает степень вежливости.

Данные высказывания являются маркированными. Они характерны для высокого уровня вежливости и чаще употребляются людьми старшего и среднего возраста. При этом повышенная вежливость манифестирует социальный статус говорящего, а не высокую цену услуги, так как они могут употребляться при обращении с очень незначительной просьбой (передать деньги на билет, подвинуться в транспорте) (см. [Формановская 1998: 205]). Для фамильярно-дружеского общения аналогичным высказыванием является *Будь другом, сделай это*, где также наблюдаем усиление просьбы путем двойного императива.



**Вопросительные высказывания.** В русской коммуникативной культуре просьба может также передаваться косвенно — вопросительными высказываниями, однако их доля значительно ниже, чем в английской, где это — основной способ выражения просьбы (см. Приложение, Таблицы № 1–3). Русские вопросительные конструкции не столь многообразны, и они передают меньшее количество оттенков вежливости. Среди них также выделяются объектно-ориентированные и субъектно-ориентированные вопросы, однако их значения, ситуации употребления и частотность имеют различия.

Просьба о действии выражается только при помощи объектно-ориентированных вопросов. С точки зрения семантики это могут быть вопросы о намерении адресата совершить действие и вопросы о его возможности совершить действие. Первые оформляются при помощи глагола в будущем времени (в утвердительной или отрицательной форме): *Ты в магазин? купишь мне мороженое? / Не сможешь мне написать письмо? / Не подвинетесь? / Не подскажете, который час?* Вопросы о возможности адресата совершить действие оформляются при помощи глагола *мочь* (в утвердительной и отрицательной форме, в изъявительном и сослагательном наклонении): *Ты (не) можешь подать мне словарь? / Ты (не) мог бы объяснить мне это правило? / Вы (не) могли бы передать ему информацию?* Вопросы с отрицательной частицей *не* более типичны для просьбы, они отличаются большей степенью вежливости, так как допускают отрицательный ответ и предоставляют адресату возможность выбора.

Субъектно-ориентированные высказывания характерны главным образом для просьбы-разрешения. Чаще всего это вопрос субъекта о разрешении совершить действие: *Я могу взять твою ручку?* Также встречаются вопросы о возможности говорящего обратиться с просьбой: *Я могу попросить тебя (вас) помочь мне? / Я могла бы попросить тебя (вас) об одолжении?* Достаточно частотны и различные конструкции: *Можно (мне) сделать это? / Можно меню?* (Возможно, это сокращенное от *Можно попросить вас принести меню?*).

И в английском, и в русском языках глаголы, формирующие вопросительные высказывания, могут употребляться в условной и отрицательной форме, однако полной аналогии в значениях здесь нет. В обоих языках высказывания с глаголами в сослагательном наклонении являются менее категоричными, чем их пары с глаголами в изъявительном наклонении, и, соответственно, более вежливыми.

В отношении отрицательных высказываний наблюдается явное расхождение. Русские отрицательные высказывания, которые, как уже отмечалось, предоставляют адресату возможность ответить отрицательно, являются более вежливыми, чем утвердительные (Ср.: *Вы не могли бы это сделать? — Вы могли бы это сделать?*). В английском же языке более вежливыми являются утвердительные высказывания, поскольку в отрицательных содержится большее побуждение дать утвердительный ответ (*Could you do that? — Couldn't you do that?*), в них содержится также удивление и некоторый упрек в адрес слушающего (*Неужели ты не можешь это сделать? / Разве ты не можешь это сделать?*). Таким образом, если для английского языка характерны вопросительные утвердительные высказывания, то для русского — вопросительные отрицательные высказывания.

При выражении вопроса-разрешения в русском языке нет такой градации вежливости, которую образуют в английском языке высказывания с модальными глаголами *can / could / may / might*. В сопоставляемых языках существуют различия не только в моделях вопроса-разрешения и степени передаваемой ими вежливости, но и в частотности их употребления. Вопрос-разрешение употребляется в русской коммуникации значительно реже, чем в английской<sup>10</sup>. Возможно, это связано с тем, что в русской коммуникации нет существенного различия между субъектно- и объектно-ориентированными высказываниями (*Могу я одолжить твой велосипед? — Ты можешь одолжить мне свой велосипед?*), а также с тем, что при выражении просьбы широко употребляется императив.

**Развернутые высказывания.** В русском языке также существуют развернутые высказывания, однако они не столь многочисленны и менее употребимы. Это декларативные конструкции, выражающие благодарность говорящего в случае выполнения адресатом действия: *Я был бы очень благодарен, если бы вы сделали это / Я был бы очень признателен, если бы вы сделали это*. Также сюда можно отнести развернутые вопросительные конструкции, содержащие вопрос о трудностях адресата: *Вам не трудно сделать это? / Вас не затруднит сделать это? / Вам не составит большого труда сделать это? / Если вас не затруднит, вы могли бы сделать это?* И уже упоминавшиеся нами императивные высказывания с удвоенным выражением просьбы: *Не откажите в любезности, сделайте это, пожалуйста /*

<sup>10</sup> В 6 раз реже, чем в английской [Егорова 1995: 13].

*Будьте добры (любезны), сделайте это, пожалуйста / Не считите за труд, сделайте это, пожалуйста* и др. Просьба-разрешение также может быть выражена усложненным способом: *Вы не возражаете, если я сделаю это?* Развернутые высказывания отличаются повышенной вежливостью и в большей степени характерны для официального стиля речи, т. е. для формальной вежливости. В английской коммуникации, как отмечалось, подобные высказывания, являясь наиболее вежливым способом выражения просьбы, употребляются не только при высоком уровне вежливости, но и при среднем.

Подводя итог нашего краткого анализа способов выражения просьбы в английском и русском языках, подчеркнем, что основные различия обнаруживаются не на уровне языковых средств, а на уровне их использования.

Выбор языковых моделей для выражения просьбы и количество используемых в них модификаторов зависит от коммуникативного контекста, куда входят такие факторы, как ролевые отношения коммуникантов, социально-психологическая дистанция (горизонтальная), статусная дистанция (вертикальная), обстановка общения, степень сложности выполнения просьбы, т. е. «цена просьбы», и др. В межкультурном аспекте важную роль в этом выборе играют социально-культурные отношения и ценности, особенности систем вежливости, используемые стратегии.

### 3.5.1.3. Просьба, вежливость и стиль коммуникации

Эксперименты по определению шкалы вежливости проводились многими исследователями (см. [Mohan 1974; Perkins 1983; Clark, Schunk 1980; Frazer, Nolen 1981; Blum-Kulka 1987]).

Основные выводы, касающиеся просьбы в английском языке, сводятся к следующему:

- вопросительные высказывания являются более вежливыми, чем императивные;
- высказывания с глаголами в условном наклонении более вежливые, чем с глаголами в индикативе (то есть *Could you* является более вежливым, чем *Can you*);
- утвердительные предложения являются более вежливыми, чем отрицательные [см. Fraser, Nolen 1981: 102–104]<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Как мы уже отмечали, последнее касается английского языка, но не русского.

Однако при рассмотрении прагматики высказываний в межкультурном аспекте необходимо уделять внимание не только языковым средствам, но и (возможно, даже в первую очередь) коммуникативным стратегиям, которые определяют выбор этих средств. Все отмеченные различия в способах выражения просьбы в английском и русском языках непосредственно связаны с различиями в использовании стратегий вежливости.

Вежливость просьбы прежде всего зависит от способа ее выражения: чем менее прямо она звучит, тем более вежливой является (напомним, «выражайтесь косвенно» — одна из важнейших стратегий вежливости дистанцирования). Как отмечает Дж. Лич, с возрастанием косвенности высказывания уменьшается его иллюкутивная сила и возрастает «опциональность» (*optionality*) [Leech 1983: 108]. Другими словами, слушающему предоставляется больше возможностей для выбора: совершать действие или нет. Для иллюстрации им приводится следующая шкала, отражающая эту зависимость:

[A] *Answer the phone* (Ответьте на звонок) .

[B] *I want you to answer the phone* (Я хочу, чтобы вы ответили на звонок.)

[C] *Will you answer the phone?* (Вы ответите на звонок?).

[D] *Can you answer the phone?* (Вы можете ответить на звонок?).

[E] *Would you mind answering the phone?* (Вы не возражали бы ответить на звонок?).

[F] *Could you possibly answer the phone?* (Вы могли бы, возможно, ответить на звонок?) [Leech 1983: 108].

Императив [A] является самым прямым способом выражения просьбы, представляющим собой прямое побуждение говорящего совершить действие. Близким ему является эксплицитное выражение желания говорящего (*I want you to*) [B], которое также не предоставляет адресату выбора. Именно по этой причине прямые высказывания в английской коммуникации в большинстве контекстов не воспринимаются как вежливые. В высказываниях [C] и [D] просьба выражена косвенно — через вопрос о намерении и возможности адресата совершить действие, что уже само по себе является предложением выбора (опции), сделать который предстоит адресату. Наиболее вежливыми являются высказывания, находящиеся на противоположном конце шкалы [E] и [F]. Кроме стратегий «выражайтесь косвенно», «предоставляйте выбор», в них также содержится сомне-

ние в желании и возможности адресата выполнить действие. То есть просьба выражена еще более косвенно.

Убедительным доказательством того, что англичане предпочитают косвенное выражение просьбы является как строгое ограничение на употребление императива, так и тот факт, что вопросительные высказывания преобладают на всех трех уровнях вежливости (включая низкий) и даже при обращении с элементарной просьбой (см. Приложение, Таблица № 3).

Важно обратить внимание на то, что вопросы с *can you / will you / could you / would you* являются *немаркированными* средствами выражения просьбы в английской коммуникации, что отмечает, в частности, К. Аймер; прямые декларативы (*I want you to, I ask you*) исследовательница называет чрезмерно настойчивыми (*assertive*); развернутые высказывания (*Is it possible for you to, would you mind, I would be grateful if you would*) — мягкими, гипотетическими (*tentative*) [Aijmer 1996: 141].

В английской коммуникации, где неприкосновенность личности, незыблемость зоны личной автономии (*privacy*) делают недопустимым прямое воздействие на адресата, просьба, как отмечалось, представляет собой один из наиболее опасных речевых актов. Именно поэтому английские коммуниканты направляют особые усилия на сохранение дистанции и смягчение давления на адресата, активно используя стратегии вежливости дистанцирования. В результате они избегают употребления императива, предпочитая вопросительные конструкции с модальными глаголами, содержащими вопрос о возможности или желании адресата совершить действие, а также разнообразные модификаторы, приносящие сомнение, неуверенность в этой возможности.

Зная, какие стратегии вежливости характерны для выражения английской просьбы и при помощи каких языковых средств они реализуются, мы получаем возможность не запоминать, а самим моделировать высказывания, исходя из конкретного контекста и своего коммуникативного намерения (то есть того, насколько вежливо и при этом дистантно мы хотим звучать).

Рассмотрим это на примере высказываний, выражающих просьбу одолжить книгу:

1. *Can you give me your book?*
2. *Could you give me your book?*
3. *Could you possibly give me your book?*

4. *Could I have your book?*

5. *I wonder if I could possibly have your book.*

6. *I am (was) just wondering whether I could possibly have your book?*

7. *I am (was) just wondering whether I could possibly have your book for a moment?*

8. *I'm sorry to bother you, but I am (was) just wondering whether I could possibly have your book for a moment?*

Стратегии «выражайтесь косвенно», «задавайте вопросы», «предлагайте выбор» реализуются во всех высказываниях, поскольку все они содержат вопрос.

В высказываниях 2 и 3 к ним добавляется стратегия «будьте пессимистом» (при помощи сослагательного наклонения, выражающего гипотетичность, и модального слова *possibly* со значением сомнения).

В высказывании 4 реализуется стратегия «выводите адресата из дискурса», смещение коммуникативной нагрузки переносится с адресата на самого говорящего. Для усиления вежливости вместо *Could you give me your book?* лучше отдавать предпочтение *Could I have your book?*

В высказываниях 5–8 увеличивается степень косвенности за счет косвенного вопроса с *I wonder*, в 6 также за счет смещения временного плана (*I was wondering...*).

В высказываниях 6–7 используется стратегия «минимизируйте степень вмешательства» (*for a moment, just*).

В высказывании 8 к ним добавляется стратегия «извиняйтесь» (*I'm sorry to bother you...*).

Все используемые здесь стратегии направлены на реализацию гиперстратегии вежливости дистанцирования — на максимальное смягчение степени воздействия на собеседника, на демонстрацию уважения к его личной независимости. Чем больше стратегий вежливости использовано в одном высказывании, тем более косвенно оно выражено, а значит в нем сведены до минимума нажим, давление на адресата, уменьшается категоричность побуждения, тем самым увеличивается степень вежливости. Принцип вежливости реализуется в таких моделях через мягкое апеллирование говорящего к желанию или возможности адресата выполнить предложенное действие, сомнение в возможности его осуществления, а также неуверенное выражение побуждения. При этом, однако, еще раз подчеркнем, что важнейшую роль при выборе модели играет уместность,

коммуникативный контекст, в том числе культурный. Вне контекста определить степень вежливости языковой модели невозможно. Одно и то же высказывание в разных коммуникативных ситуациях, при разных условиях общения может восприниматься по-разному.

Подобную идею высказывает Дж. Томас, подчеркивая, что при общении близких людей более вежливые формы могут оказаться неуместными [Thomas 1995: 156]. Так, в ситуации общения близких друзей вместо *Will you be kind enough to tell me what time it is?* (Будешь достаточно любезен, чтобы сказать мне, который час?) или *If you'll be kind enough to speed up a little?* (Будешь ли ты достаточно добрым, чтобы поторопиться?) более уместными являются *What's the time?* (Который час?) и *Hurry up!* (Поторопись!).

Таким образом, как мы уже отмечали, следует различать абсолютную вежливость, определяемую вне контекста, и относительную, определяемую с учетом контекста.

В русской коммуникации при выражении просьбы некоторые из отмеченных стратегий также реализуются, но не все и в меньшей степени. Основное различие между двумя коммуникативными культурами состоит в том, что в русской коммуникации доминирует прямой способ выражения просьбы, о чем свидетельствует преобладание императивных высказываний. Смягченный модификатором императив является нейтральным способом выражения просьбы.

Косвенные вопросительные высказывания, хотя и употребляются, частотность их употребления значительно ниже (см. Приложение, Таблицы № 2, № 3). Они практически не используются при симметричных отношениях, а также для выражения элементарной просьбы, чаще всего встречаются при выражении просьбы повышенной сложности. Отличающиеся повышенной вежливостью развернутые высказывания типа *Я был бы очень признателен, если бы вы...* характерны только для официального стиля речи, т. е. для формальной вежливости.

Таким образом, основная стратегия английской вежливости «выражайтесь косвенно» в русской коммуникации применяются лишь в очень незначительной степени. Это же относится и к стратегии «предоставляйте возможность адресату не совершать действие». Опция заключается, главным образом, в семантике вопроса, а частотность его употребления в русской коммуникации не столь велика.

Не характерна для русских и такая стратегия, как «вывод адресата из дискурса»: субъектно-ориентированные высказывания зани-

мают незначительное место в общем объеме речевых формул. Русские коммуниканты, как отмечалось, не различают по степени вежливости такие высказывания, как *Я (не) мог бы одолжить твой велосипед?* и *Ты (не) мог бы одолжить мне свой велосипед?* В английской же коммуникации перенос нагрузки на говорящего значительно повышает вежливость высказывания.

Тот факт, что вопрос-разрешение употребляется в русском языке реже, чем в английском, также свидетельствует о том, что русские коммуниканты предпочитают высказывания, ориентированные на собеседника.

О том, что в русской коммуникации не используется стратегия «вывода субъекта из дискурса», свидетельствует тот факт, что прямые декларативные высказывания с перформативным глаголом — *Я прошу тебя сделать это* — являются не только допустимыми, но и широко употребляемыми.

Такие стратегии, как «сомневайтесь в возможности и желании адресата совершить действие», «будьте пессимистом», также используются в значительно меньшей степени. О том, что они все же применяются в русской коммуникации, свидетельствуют следующие факты:

- употребление вопросительных высказываний (в семантике вопроса содержится доля сомнения);
- сослагательное наклонение глагола, которое также передает неуверенность, гипотетичность;
- отрицательная форма глагола, характерная для русской коммуникации, также является способом реализации данной стратегии: строя высказывание в отрицательной форме, говорящий, как уже отмечалось, как бы заранее прогнозирует возможность отрицательного ответа и таким образом помогает собеседнику дать отказ (*Не мог бы ты помочь мне?*).

Тот факт, что вопросительные высказывания в русской коммуникации употребляются не столь часто (при этом преобладают вопросы о возможности адресата совершить действие и о его намерении, вопрос о его желании практически не задается), свидетельствует о том, что стратегия «минимизируйте свои предположения относительно желания адресата совершить действие» реализуется в очень незначительной степени

Если для английской коммуникации характерны модификаторы со значением сомнения, в русской чаще используются интенсифика-



торы просьбы (*Я тебя очень прошу; Я вас убедительно прошу*). Примером интенсификации, усиления просьбы является двойной императив: *Будьте добры (любезны), сделайте это. / Не сочтите за труд, сделайте это*. При этом важно подчеркнуть, что подобные высказывания отличаются повышенной вежливостью. Возможно, именно поэтому допустимое в русской культуре усиление просьбы (*Я вас очень прошу помочь*) не снижает, а повышает степень вежливости. Следует также отметить, что в том или ином контексте *прошу* может получить дополнительные оттенки категоричности, официальности, «холодности» [Формановская 1998: 204]. В сочетании с *убедительно* просьба, выраженная глаголом *прошу / просим*, приобретает оттенок требования: *Убедительно прошу вас еще раз обдумать ваше решение / Убедительно просим сообщить нам окончательные сроки поставок*. Кроме того, как отмечает Анна А. Зализняк, просьба включает обещание благодарности, и фраза *Я тебя прошу* означает, в частности, «я буду чувствовать, что я тебе обязан» [Зализняк 2005: 284].

Приведенные факты, свидетельствуют о том, что оказание воздействия на адресата не является в русской культуре нарушением коммуникативных норм. Благодаря особенностям своего языка русские коммуниканты имеют возможность продемонстрировать вежливое отношение к собеседнику иными способами, которых лишены английские коммуниканты (обращение на Вы, имя-отчество, уменьшительно-ласкательные суффиксы). Имена с уменьшительно-ласкательными суффиксами выполняют функцию социально-прагматических модификаторов: *Сестричка, принесите стаканчик водички* (в больнице). Даже без слова *пожалуйста* подобные высказывания звучат как мягкая просьба несмотря на наличие императива. И это естественно: используя уменьшительно-ласкательные суффиксы, говорящий реализует стратегию сближения, а при наличии близости допустима меньшая формальность и регламентированность в общении. Таким образом, для смягчения воздействия на собеседника, естественного при обращении с просьбой, в русской коммуникации используются другие стратегии.

Обобщая сказанное можно сделать следующие выводы.

- В русской коммуникации преобладает прямой способ выражения просьбы; в английской — косвенный.
- Русский императив, смягченный модификатором *пожалуйста*, является нейтральным, немаркированным способом выражения

просьбы; в английской коммуникации императив характерен для неформальной вежливости, немаркированным способом выражения просьбы являются вопросительные конструкции *Could you/Would you do that?*

- В русской коммуникации стратегии дистанцирования используются в значительно меньшем количестве и с меньшей интенсивностью, чем в английской, главным образом при формальном общении и при обращении с просьбой средней и повышенной сложности; кроме того, возможно усиление просьбы, воздействие на адресата допустимо и часто не считается нарушением общепринятых норм общения.

- В английской коммуникации для выражения просьбы используются различные стратегии дистанцирования, направленные на смягчение воздействия и демонстрацию уважения личной автономии собеседника.

Причины этих коммуникативных особенностей кроются, по нашему убеждению, в исторически сложившемся типе социальных отношений, размере горизонтальной и вертикальной дистанции, различных в сопоставляемых культурах, в разных культурных ценностях, в особенностях коммуникативного сознания.

Приведенные факты подтверждают нашу гипотезу, которая сводилась к следующему. Поскольку социальная дистанция между собеседниками в русской коммуникации исторически короче и, следовательно, степень близости (солидарности) выше, им нет необходимости в такой же степени пользоваться стратегиями, минимизирующими угрозу РА, как это делают английские коммуниканты. Более того, сам РА *Просьба* не представляется столь опасным, как в английской коммуникации, обращение с просьбой является вполне естественным актом в коллективистских культурах, где готовность обратиться с просьбой, как и готовность выполнить ее — частые и обычные действия.

Поскольку статусная дистанция в русском общении выше, чем в английском, говорящий во многих ситуациях имеет достаточно власти, прав для того, чтобы прямо обратиться с просьбой, и его действия воспринимаются слушающим как должное, что также снижает необходимость в столь ярко выраженной минимизации импозиции, которую мы видим в английской коммуникации.

В английской же культуре наблюдается противоположное. Незыблемость личной автономии, являющейся важнейшей культурной цен-

ностью индивидуалистического общества, не позволяет оказывать прямого воздействия на собеседника. Просьба передается в максимально мягкой форме. Кроме того, меньшая статусная дистанция (а при наличии такой дистанции нежелание ее демонстрировать) приводит к тому, что при выражении просьбы это коммуникативное правило распространяется на все ситуации вежливого общения, включая асимметричные отношения.

Данные коммуникативные особенности, предопределенные различными типами культур и культурными ценностями, сказываются на стилях коммуникации. Для русской просьбы во многих контекстах (за исключением формального общения) характерны прямолинейность, импозитивность, императивность; английскую просьбу в силу названных причин отличают косвенность, многословность, нагруженность модификаторами.

Замечательный пример находим в брошюре *The How to be British (Как быть британцем)*, авторы которой, отмечая, что неотъемлемой чертой англичан является вежливость, учат иностранцев, как снять их расположение. На картинке тонущий в реке человек кричит *HELP!* Проходящий мимо джентльмен не реагирует. Тогда несчастный, собрав все силы, кричит ему вдогонку: *Excuse me, Sir. I'm terribly sorry to bother you, but I wonder if you would mind helping me a moment, as long as it's no trouble, of course.* Джентльмен оборачивается, снимает со стенда спасательный круг и бросает его счастливицу.

Безусловно, в этом юмористическом примере содержится большая доля преувеличения. Но так ли уж она велика, как может показаться на первый взгляд?

Проанализируем фрагмент диалога матери и сына, взятый из популярного учебника HEADWAY:

*'By the way, Mum, I wonder, could you do me a favour when you get to Madrid?'*

*'Oh, yes of course, dear.'*

*'I wonder, could you ring an old college friend of mine and give him my best wishes.'*

*'Of course.'*

*'Thank you.'*

Несмотря на то, что это — неформальный разговор близких людей, в нем активно используются стратегии дистанцирования. Просьба выражается в косвенной форме, при чем использована «двой-

ная» косвенность, так как перед нами косвенный вопрос с *I wonder*. Любопытно, что сын обращается к маме дважды. Первый раз спрашивает ее о возможности сделать ему одолжение, второй, и тоже косвенно, о возможности позвонить другу и передать привет. Перевод этого диалога на русский язык будет существенно отличаться от оригинала. Стиль русских собеседников в подобной ситуации будет более прямым, сам текст более кратким, так как при близкой дистанции общения допустима большая прямолинейность и меньшая ритуализованность, т. е. меньшее использование ритуализованных формул общения. В русском контексте подобный диалог мог бы звучать следующим образом:

— Мама, будешь в Мадриде, позвонишь моему школьному другу, передашь привет?

— Хорошо. Позвоню.

— Спасибо.

Или

— Мам, у меня к тебе просьба. Будешь в Мадриде, позвони моему школьному другу и передай привет, ладно?

— Конечно.

— Спасибо.

Еще один пример из романа современной английской писательницы Дж. Колган: *Would you mind watching the phone while I go to the toilet?* (J. Colgan) (девушка, которая ждет звонка от своего парня — подруге). Обращаясь с элементарной просьбой к подруге, девушка использует здесь вопрос с *Would you mind*. Буквальный перевод данной просьбы на русский язык также будет неуместным для данной ситуации. В русском контексте она будет звучать прямо и без этикетных формальностей, даже слово *пожалуйста* здесь можно опустить: *Возьми трубку, если мне будут звонить, пока я отойду / Возьмешь трубку. Ладно? Я сейчас.*

Приведенные примеры свидетельствуют о том, что в английской коммуникативной культуре стратегии дистанцирования широко употребимы на всех уровнях вежливости, в результате чего нейтральный уровень вежливости смещается в сторону высокого. В русской культуре при неформальном общении нейтральный уровень вежливости смещается в сторону низкого. В результате русская просьба расценивается англичанами как грубая, английская просьба в восприятии русских кажется чрезмерно формальной. Как уже отмеча-

лось, эти особенности не воспринимаются в рамках своей культуры. Они выявляются только при сопоставлении.

Чтобы строить высказывания в соответствии с особенностями английского стиля коммуникации, русским коммуникантам при обращении с просьбой целесообразно следовать следующим правилам.

### **Коммуникативные правила для русских при общении на английском языке в ситуации *Просьба***

- В английской коммуникации просьба — более «опасный» речевой акт, чем в русской, и при обращении с просьбой следует соблюдать дистанцию и быть подчеркнуто вежливым.

- Не выражайте свою просьбу прямо, т. е. при помощи императива, даже если ваша просьба является элементарной; избегайте употребления императива, к кому бы вы ни обращались.

- Помните, что английское *please* не обладает такими «волшебными» качествами, как русское *пожалуйста*, и его недостаточно для смягчения побуждения.

- Не используйте средства усиления просьбы (вроде русских *Я тебя очень прошу, ну, пожалуйста* или *Будьте добры / Будьте любезны, сделайте это*).

- Формулируйте просьбу в виде вопроса, имея в виду, что вопросительные высказывания *Could you do it? / Would you do it?* являются в английской коммуникации нейтральными, т. е. не более вежливыми, чем русская модель *Сделай(те) это, пожалуйста*. Для более вежливой просьбы существуют другие средства.

- Помните, что вопрос, ориентированный на говорящего, всегда вежливее вопроса, ориентированного на собеседника, поэтому отдавайте предпочтение фразам *Could I have your telephone number, please? / Could I get my photos back?* (вместо *Could you give me your telephone number? / Could you return my photos?*).

- При желании обратиться с более вежливой просьбой, используйте более косвенные высказывания (косвенные вопросы, развернутые конструкции), а также выражайте сомнение в возможности и желании адресата выполнить вашу просьбу: *Do you think you could possibly help me with this? / I am wondering if you could possibly help me with this / I'm terribly sorry to bother you but I was thinking maybe you wouldn't mind helping me with this* и т. д.

- Помните, что чем более косвенно и многословно вы выражаете свою просьбу, тем более вежливо она звучит, при этом, однако,

выбор фразы определяется ее уместностью в конкретной коммуникативной ситуации.

### 3.5.2. Приглашение

#### 3.5.2.1. Типы приглашений

Речевой акт *Приглашение* имеет ряд особенностей в английской и русской коммуникации, которые могут быть выделены только при сопоставительном анализе.

Среди английских приглашений предлагается выделять явные ('unambiguous invitations') и неявные приглашения ('ambiguous invitations') [Wolfson et al. 1983: 117]. В явных приглашениях речевая формула, как правило, содержит просьбу дать ответ на вопрос (типа *Why don't you join us? / Would you like to join us? / What about having a cup of coffee? / Would you be interested in seeing this singer?*). Неявные, например, *I'd really like to have a chance to sit down and talk to you*, либо сопровождаются дальнейшими переговорами о возможности адресата принять приглашение, о месте и времени встречи (*What's your schedule like tomorrow? / When are you free? / Are you busy for dinner tonight?*), либо приглашениями не являются [ibid.: 118–120]. В последнем случае на уровне прагматики подобные высказывания представляют собой не приглашения, а всего лишь выражения добрых намерений и не более того, то есть это — стратегические приглашения, прагматическая функция которых — демонстрация симпатии говорящего в отношении собеседника. Они будут рассмотрены в связи со стратегиями сближения. В данном разделе остановимся на «явных» приглашениях, которые говорящий намерен реализовать и которые представляют собой один из побудительных речевых актов.

#### 3.5.2.2. Особенности выражения приглашения в английской и русской коммуникативных культурах

Особенность РА *Приглашение* заключается в том, что он предполагает действие слушающего в его собственных интересах или в интересах обоих участников коммуникативного акта, то есть как говорящего, так и самого слушающего. Как показали данные, полученные в результате непосредственного наблюдения, в английских и русских приглашениях имеются существенные различия, которые в

очередной раз свидетельствуют о том, что такие понятия, как *выгода*, *искренность*, *прямолинейность*, а также *право на импозицию*, то есть право оказывать давление на адресата, имеют свою культурную специфику и разную ценность.

Прагматическое и семантическое значение высказываний, обслуживающих этот РА, могут не совпадать. Главным образом это касается английских приглашений, которые наиболее часто делаются в форме вопроса:

1.1. *Would you like to come out with me one night this week?* (Ты бы хотела сходить со мной куда-нибудь на этой неделе?).

2.1. *Would you like to dance?* (Ты бы хотела потанцевать?).

3.1. *Would you care to follow me? Mr. Little can see you right away.* (Вы бы не возражали пройти со мной? Господин Литл может встретиться с вами прямо сейчас).

Приглашение может быть сделано в форме предложения:

4.1. *Why don't you come up and see me sometime?* (Почему бы тебе как-нибудь не навесить меня?)

5.1. *Why don't you come to the sitting room?* (Почему бы вам не пройти в гостиную?)

6.1. *Why don't you take a seat?* (Почему бы вам не присесть?)

7.1. *Why not come for lunch at say about two?* (Почему не прийти на ланч, скажем, часа в два?).

Встречаются также приглашения-разрешения:

8.1. *You might like to go through* (Возможно, вы хотели бы пройти).

Русскими коммуникантами, привыкшими к прямолинейным высказываниям, подобные формулы часто с трудом воспринимаются как приглашения. В русском контексте более уместными были бы здесь императивные, а не вопросительные высказывания:

1.2. *Давай сходим куда-нибудь вечером на этой неделе.*

2.2. *Давай потанцуем* (или краткое *Потанцуем?*).

3.2. *Пройдите, пожалуйста, со мной. Господин Литл вас сейчас примет.*

4.2. *Приходи как-нибудь ко мне в гости.*

5.2. *Проходите в гостиную* (или даже *Что же вы не проходите!*).

6.2. *Садитесь* (или *Присаживайтесь*).

7.2. *Приходи на обед часа в два.*

8.2. *Проходите* (или *Можете пройти*).

О том, что приведенные выше английские вопросительные высказывания являются именно приглашениями, наглядно свидетельствуют следующие примеры, взятые из современной литературы:

*'Would you like a Thai dinner, Maria?' he asked. She paused. It was the last thing on earth she thought would happen to her..., a man who hadn't even seen her inviting her out to dinner'* (M. Binchy).

*'When all this is over... why don't you fly out to California... and stay a while? 'That's an invitation you might come to regret'* (R. Goddard).

Основная стратегия английских коммуникантов — сделать приглашение в максимально косвенной форме, с тем чтобы минимизировать воздействие на собеседника, предоставить ему возможность не принимать его. Порой они делаются столь имплицитно и предоставляют слушающему столь большую возможность выбора, что не могут не вызывать удивление у русских коммуникантов, которые подобными стратегиями не пользуются:

9.1. *I was wondering if you were interested in having dinner with me* (Я интересовался / Мне было интересно, заинтересован ли ты в том, чтобы поужинать со мной) (приглашение коллеги пообедать вместе);

10.1. *Just wondering if you'd like to come over on Saturday. I'm having a small do for my birthday* (Просто интересуюсь, хотел ли бы ты прийти в субботу. Я устраиваю маленькую вечеринку по случаю дня рождения) (приглашение друга на день рождения).

11.1. *If you would like to follow me, we'll be going in through the main entrance* (Если бы вы пожелали пройти со мной, мы войдем в здание через главный вход) (приглашение гида войти в здание правительства на экскурсию, начала которой долго ждали).

Встречается также прямое указание говорящего на то, что его собеседник в силу определенных причин не сможет принять приглашение. Это так называемая стратегия «будьте пессимистом» [Brown, Levinson 1987: 175]:

12.1. *I'd enjoy going out for coffee, but I imagine you are very busy* (Я бы с радостью пошел выпить кофе, но думаю, что ты очень занят).

13.1. *I was wondering if you would like to come over to me for a meal this Saturday evening. I know it's a fairly short notice. So please don't worry if you have other plans* (Я интересовалась / Мне было интересно, хотела ли бы ты прийти ко мне поужинать в субботу вечером. Я знаю, что мне следовало пригласить тебя заранее. Поэтому, пожалуйста, не беспокойся, если у тебя другие планы) (пример из



личной переписки — приглашение подруги в гости, посланное по электронной почте за три дня).

Пессимизм приглашающего может быть выражен через отрицание, как в следующих диалогах, где прагматика приглашения проявляется через дальнейшие реплики:

14.1. *'I don't suppose you're free for lunch tomorrow, by any chance?'*

*'Yes, I am.'*

*'Good, good, then why don't you join me ...?'* (J. Archer).

15.1. *'You wouldn't be free for dinner on Thursday by any chance?'*

*'Let me see my diary. Yes, that seems to be fine.'*

*'Fantastic. Shall I pick you up at around eight?'*

*'Yes, thank you, Michael. I'll look forward to seeing you.'* (J. Archer).

Столь косвенные приглашения, предоставление собеседнику опции, предположение о том, что приглашение не будет принято, в русской коммуникации могут иметь противоположный эффект: они могут быть восприняты негативно, поскольку предоставление выбора в данной ситуации будет истолковано скорее, как неискренность намерений говорящего, а не демонстрация его уважения к собеседнику.

Делая приглашение, русский говорящий, для которого общение является важной формой проведения времени, уверен, что адресат также в нем заинтересован, что он выиграет от совершения этого действия, оно «выгодно» ему, поэтому чем более прямо оно звучит, тем больший прагматический эффект имеет.

В русском контексте данные приглашения звучали бы, скорее, следующим образом:

9.2. *Пообедаем вместе? (или Может, пообедаем вместе?).*

10.2. *У меня в субботу день рождения. Приходи, пожалуйста.*

11.2. *А сейчас пройдемте, пожалуйста, в здание через главный вход.*

12.2. *Хватит работать. Пойдем выпьем по чашечке кофе.*

13.2. *Приходи ко мне на ужин в субботу вечером. Буду очень рада тебя видеть.*

14.2. *Может, найдешь время, чтобы пообедать завтра вместе?*

15.2. *У тебя будет время поужинать вместе в четверг?*

Русский приглашающий может допустить еще большую настойчивость. Так, приглашая на день рождения или на ужин, он может добавить: *Только обязательно приходи / Ты должен непременно прийти / Отказы не принимаются / Если не придешь, я обижусь / Я буду*

очень ждать и т. д. Выбор может быть предложен только относительно времени: *Если не сможешь к шести, приходи позже.*

Подобная настойчивость в английской коммуникации недопустима. Она воспринимается как давление на собеседника, вторжение в зону его личной автономии, нарушение этикетных норм.

Стараясь дистанцировать собеседника от предлагаемого действия (что является одной из стратегий негативной вежливости), говорящий, делая приглашение, порой представляет это действие таким образом, что сам он в любом случае будет его совершать, а адресату предлагается при желании присоединиться к нему:

16.1. *I'm just going to the cinema. Would you like to come along with me?* (Я просто иду в кино. Хотел бы ты пойти со мной?).

17.1. *Why don't you join me for lunch* (приблизительно: Почему бы тебе не присоединиться ко мне и пойти пообедать?).

В русской коммуникации в подобной ситуации более типичным было бы побуждение со значением совместного действия:

16.2. *Давай сходим в кино* (или *Может, сходим в кино?*).

17.2. *Давай пообедаем вместе* (или *Может, пообедаем вместе?*).

Несмотря на отмеченные особенности, нельзя утверждать, что в РА *Приглашение* английские коммуниканты вовсе не употребляют прямые высказывания: речевые формулы с перформативным глаголом *invite* (*приглашаю*) или с императивом. Однако здесь имеется ряд особенностей.

Глагол *invite* (приглашать) употребляется гораздо реже, чем в русском языке, и практически всегда в форме сослагательного наклонения или в пассивном залоге, на этот факт указывает Дж. Томас: *In English it is not usual to use the words I invite you to perform the act of inviting. Implicit performatives are preferable (You are invited) or conditionals (I'd like to invite you)* [Thomas 1995: 47].

Формы повелительного наклонения также весьма ограничены. Тем не менее при неформальном общении они возможны. При этом очень часто императив смягчается модификатором *'please'*, который ставится перед императивом и имеет более сильное значение, чем когда стоит в постпозиции:

(хозяйка — гостю)

*'Please come in.'*

*'Thank you.'*

*'Please sit down. Would you like a cup of tea?'*

*'Yes, please.'*

Как уже отмечалось, императив может быть смягчен конечным формативом (*will you / would you / right / all right*), который в высказываниях этого типа утратил значение вопроса и стал маркером вежливости, приблизившись по значению к слову *please*. Смягченный императив ассоциируется с фамильярностью и неформальным дискурсом:

*Sit down here, would you.*

*Come across and see me on Sunday, all right.*

*Have a drink, why don't you.*

При выражении приглашения в некоторых случаях допускается *do* в сочетании с императивом, что усиливает побуждение и вносит в высказывание оттенок убеждения, призыва и в то же время дружелюбия:

*Do come early and we can have a drink* (другу).

*'Do take a seat in the waiting room a moment and I'll tell him you're here... Dr Northfield is ready for you. Do make your way up — you know where to go, don't you?'* (J. Asher) (секретарь — посетителю в приемной врача).

*'Now do please sit down ... Do wait in there'* (J. Asher) (врач — посетителю).

Большое значение для степени вежливости имеет интонация, так как самое вежливое высказывание может быть произнесено грубо, и тогда оно потеряет свою вежливость, и, напротив, императивное высказывание, произнесенное с мягкой интонацией, может быть воспринято как вежливое приглашение:

*'Mr. Barnett?'*

*'Yes. Dr Tilson?'*

*'Indeed. Come and sit down'.*

*There was a hint of sharpness in her voice that made the invitation sound more like an instruction* (R. Goddard) (выделено мной. — Т. II.).

Не всегда самая изысканная речевая формула является наиболее уместной. Интересный пример приведен в учебнике *Streamline English: Destinations* [Hartley, Viney 1996: 11]. Приглашая девушку танцевать, молодые люди используют разные речевые формулы, которые приводятся по степени убывания вежливости (точнее, формальности):

*'Excuse me, may I have the pleasure of the next dance?'*

*'I wonder if you would be kind enough to dance with me...er...if you don't mind.'*

*'Would you be so kind as to have the next dance with me?'*

*'Would you mind having the next dance with me?'*

*'Can I...I mean...could I...no, might I have the next dance with you?'*

*'Would you like to dance?'*

*'Do you want to dance?'*

Все претенденты были отвергнуты за исключением последнего, который произнес самую короткую и простую фразу: *'Er...dance?'*

В приглашении, как и в просьбе, выбор оптимальной речевой формулы зависит от многих факторов: возраста, социального положения, степени знакомства, уровня отношений, места, времени, настроения и др. Именно поэтому, ставя перед собой цель — выявить наиболее предпочтительные речевые формулы, употребляемые в английской и русской коммуникации в РА *Приглашение*, и используемые при этом коммуникативные стратегии, мы сочли необходимым, помимо непосредственного наблюдения, провести эмпирическое исследование и предложить информантам одинаковые коммуникативные ситуации.

### 3.5.2.3. Результаты эмпирического исследования

Как отмечалось, особенность РА *Приглашение* состоит в том, что слушающему предлагается совершить действие, в котором он, в отличие от просьбы, также заинтересован, т. е. в какой-то степени он будет совершать действие в своих собственных интересах. С учетом этого делалось предположение, что в данном случае говорящий в меньшей степени будет использовать стратегии дистанцирования, стремиться завуалировать или преуменьшить свое воздействие на адресата.

В эксперименте участвовало по 70 респондентов с каждой стороны. Были предложены 4 коммуникативные ситуации (см. Приложение, Анкета 2, ситуации 8–11):

1. Приглашение друга на день рождения.
2. Приглашение друга зайти в гости.
3. Приглашение мамы / бабушки прийти на обед.
4. Приглашение нового коллеги / приятеля поехать на экскурсию.

При похожести данных ситуаций каждая из них имеет свою особенность: первые две различаются важностью мероприятия; в третьей собеседников разделяет статусная дистанция (вертикальная), поскольку у них разный возраст; в четвертой — социальная дистан-

ция (горизонтальная), так как общение происходит между мало знакомыми людьми.

**Сопоставление языковых средств выражения приглашения в английском и русском языках.** В обобщенном виде полученные результаты можно сформулировать следующим образом<sup>12</sup>. Среди разнообразия способов выражения приглашений в сопоставляемых языках, как и в просьбе, выделяются три основные группы высказываний: побудительные, вопросительные и декларативные. Следует уточнить, что в группу побудительных (с точки зрения прагматики все рассматриваемые высказывания являются побудительными) нами были включены высказывания с семантикой побуждения, передаваемого императивом, в том числе со значением совместного действия, или модальными глаголами (предикатами) со значением долженствования (*Come round to see me / Приходи ко мне / Давай зайдем ко мне / You must come / Ты должен прийти*). То есть сюда мы включили высказывания, в которых приглашение выражено наиболее прямо.

Основным способом выражения приглашения в английском языке оказались вопросительные конструкции. Среди 280 рассмотренных высказываний они составили 82 %. Главным образом это — объектно-ориентированные высказывания, среди которых преобладает вопрос о желании адресата совершить действие (66 % от всех высказываний): *Would you like to come to my party? / How would you like to come around for a while? / Do you want to come round? / Do you fancy coming over tonight? / How do you fancy coming out on Saturday night for my birthday?*

Среди других вопросов — вопрос о возможности совершить действие (5 %): *Could/Can you come / Will you be able to come*; вопрос о намерении (4,5 %): *Will you come? / Are you coming?* и вопрос-предложение (6,5 %): *Why don't you come? / Why not call round? / How about you come over?*

Высказывания, в которых приглашение было выражено прямо, составили всего 8 %, среди них императивных — 5,5 %.

**Русские коммуниканты**, напротив, предпочли прямой способ выражения приглашений — 51 %, что в 6,3 раз больше, чем в английских приглашениях; императивные высказывания составили 41 %, что в 7,5 раза больше по сравнению с английскими. В русских приглашениях отмечено значительное количество побуждений со значе-

<sup>12</sup> Подробные данные приводятся в Приложении 2 (см. Таблица № 5).

нием совместного действия. В ситуации 2 они составили 22 % всех высказываний (*Давай поедем ко мне / Пошли ко мне зайдем*), в ситуации 4 — 32% (*Поедёмте с нами на экскурсию / Поехали с нами*). В английских приглашениях подобные модели представлены лишь единичными примерами (*Let's meet up and have a good old natter / Let's have a chat and dinner on Friday*).

Приглашения в форме вопросительных предложений в русском материале составили в среднем 27 %. Однако число подобных высказываний в русских приглашениях существенно различается в зависимости от ситуации. При равных неформальных отношениях (ситуации 1 и 2 — приглашение друга) на их долю приходится 20 % и 22 %. При наличии статусной дистанции, в нашем случае возрастной (ситуация 3), их количество сократилось до 6 %. При наличии социальной дистанции (горизонтальные отношения), то есть при менее близких отношениях между коммуникантами (ситуация 4), количество вопросительных высказываний возросло до 62 %. Это единственная ситуация, где вопросительные высказывания являются, как и в английской коммуникации, преобладающим способом выражения приглашения, что свидетельствует о том, что косвенность непосредственно связана с дистанцией.

В английских приглашениях столь значительных колебаний в количестве вопросительных высказываний не наблюдается. При наличии возрастной асимметрии их количество не уменьшилось, а даже несколько возросло (84 % по сравнению с 78 % и 76 % в ситуациях 1 и 2), что в очередной раз свидетельствует о том, что PD (power distance), или статусная дистанция, в английских социальных отношениях не столь значительна, как в русских. При увеличении социальной дистанции (вертикальные отношения) количество вопросительных высказываний увеличивается, но не столь значительно, как в русских приглашениях. Этот факт является очередным подтверждением того, что для английской культуры характерен более ровный стиль общения, существенно не зависящий от контекста. Во всех ситуациях коммуниканты демонстрируют определенную дистантность.

Среди русских вопросительных высказываний отсутствуют вопросы-предложения, на долю которых приходится 6,5% английских предложений (*What about joining us?*). Для русских приглашений в большей степени характерно совпадение семантического и прагматического значений.

Все русские декларативные высказывания (22 %) <sup>13</sup> являются субъектно-ориентированными: *Я приглашаю / (Я) жду / Я хочу, чтобы ты пришел / Я буду рад, если ты придешь*. Высказывания с перформативными глаголами — *(Я) приглашаю* — составили половину из них. В английских приглашениях глагол *invite* встретился в единичных случаях и был употреблен в сослагательном наклонении или в пассивном залоге: *I'd like to invite you / You are invited*.

**Сопоставление стратегий, используемых в РА Приглашение в английской и русской коммуникации.** Различия в выборе языковых средств свидетельствуют о разных коммуникативных стратегиях, используемых в данном РА в сопоставляемых коммуникативных культурах.

**В английском приглашении предпочтение отдается стратегиям дистанцирования, среди которых:**

- выражайтесь косвенно;
- задавайте вопросы, будьте уклончивы;
- предоставляйте слушающему выбор, возможность не совершать действие;
- исходите из того, что слушающий не обязательно хочет выполнять действие;
- минимизируйте давление на адресата;
- выводите говорящего и слушающего из дискурса (в меньшей степени).

Косвенность английского приглашения достигается несколькими средствами. Прежде всего, это — выражение приглашения в форме вопроса. Делая приглашение в форме вопросительного предложения, говорящий исходит из того, что слушающий может быть вовсе не заинтересован в приглашении, таким образом он предоставляет ему выбор, возможность не принимать его. Очевидно, именно поэтому основным типом вопросов является вопрос о желании адресата совершить действие: *Would you like to come? / Do you want to come?* (Ты бы хотел прийти? / Ты хочешь прийти?); возможны также вопросы со значением предложения: *Why don't you come? Why not call round? What about joining us?* (Почему бы тебе не прийти? / Почему не зайти? / Как насчет того, чтобы присоединиться к нам?).

<sup>13</sup> Однако в ситуации 1 (приглашение на день рождения) их количество составило 56 %.

Косвенность высказывания создается также сослагательным наклонением. Ирреальная модальность способствует тому, что приглашение делается не прямо, а уклончиво. Ср.: *Do you want to come?* (Ты хочешь прийти?) — *Would you like to come?* (Ты хотел бы прийти?). Последний тип является преобладающим.

Косвенный вопрос в еще большей степени усиливает разрыв между истинным намерением говорящего и семантическим значением его высказывания: *I am wondering if you would like to come* (Я интересуюсь / Мне интересно, хотел ли бы ты прийти?). Этой же цели служит использование прошедшего времени, которое смещает временной план (*I was wondering if you would like to come*), что еще больше смягчает степень воздействия на адресата.

Минимальное количество высказываний, содержащих императив и перформативный глагол, также свидетельствует о тенденции избегать прямого побуждения, не допускать давления на адресата.

В таких высказываниях, как *Just wondering if you would like to come over / I was wondering if you'd like to come over / You are invited / You are welcome*, наблюдается стремление дистанцировать слушающего от побуждаемого действия и, в некоторой степени, говорящего от акта побуждения, что также является стратегией вежливости дистанцирования.

Имеются примеры, свидетельствующие о том, что в английском приглашении используется также такая стратегия, как «будьте пессимистом», когда говорящий заранее допускает, что адресат не сможет совершить действие в силу определенных причин: *I'd love to have you for dinner on Sunday but I imagine you have other plans* (Я бы очень хотел, чтобы ты пришла на обед, но предполагаю, что у тебя другие планы).

Сказанное выше свидетельствует о том, что в РА Приглашение английские коммуниканты используют те же стратегии дистанцирования, что и в Просьбе, демонстрируя свое уважение к личной автономии собеседника.

В русском приглашении отмеченные стратегии практически не используются (исключение составляет ситуация 4, когда коммуникантов разделяет определенная горизонтальная дистанция). Предпочтение отдается прямому приглашению, что реализуется через императив и перформативный глагол (*Приходи / Я тебя приглашаю*) и свидетельствует о допустимости прямого воздействия говорящего на адресата, которому не предоставляется выбора. Напротив, исполь-



зуются дополнительные средства давления: *обязательно приходи, непременно приходи, отказы не принимаются*. Вопрос о том, хочет ли адресат совершить действие, в данном случае прийти в гости, не задается. Он часто ставится перед фактом, не допускающим возражений — *У меня день рождения в субботу. Я тебя жду*.

Вопрос о желании адресата совершить действие характерен главным образом для ситуации, когда собеседники находятся не в близких отношениях. Таким образом, стратегия «выражайтесь косвенно» используется только при наличии между собеседниками определенной социальной дистанции.

Наличие вертикальной дистанции (обращение старшего к младшему) побуждает говорящего к еще большей прямолинейности, и в этом случае (ситуация 3) императив является преобладающим средством выражения приглашения (74 %).

Таким образом, для русской коммуникации в РА *Приглашение* типичными являются следующие стратегии:

- выражайтесь прямо;
- используйте средства воздействия на адресата: императивные формулы, побудительные высказывания со значением совместного действия, другие средства воздействия (*должен, обязательно, непременно*);
- старайтесь продемонстрировать свое желание увидеть собеседника (*Я хочу / Я буду рад / Я жду*);
- при наличии социальной дистанции предоставляйте собеседнику выбор, делая приглашение в форме вопроса (*Не хотите поехать с нами?*).

Перечисленные факты свидетельствуют о том, что если английские коммуниканты, приглашая, стремятся минимизировать воздействие на адресата, всеми имеющимися средствами демонстрируют свое уважение к его личной автономии, делают акцент на его желания и интересы, показывают, что выбор за ним, то русские коммуниканты, напротив, оказывают прямое давление на адресата, приглашают настойчиво, не предоставляют выбора, демонстрируют свою заинтересованность в принятии приглашения, делают акцент на свои желания.

Возможно, это происходит потому, что в русской культуре, как уже отмечалось, общение является одной из важнейших ценностей, и русские коммуниканты, как большие любители общения и застолья, приглашая друг друга в гости, не сомневаются в том, что их пригла-

шение будет с радостью принято. Английские коммуниканты исходят из другой культурной ценности — права на личную независимость. Как и в *Просьбе* они демонстрируют уважение личной автономии собеседника.

Наличие среди русских приглашений побудительных высказываний со значением совместного действия является еще одним примером отражения коллективистского мировоззрения. Для английских приглашений подобные высказывания не типичны. Объединение говорящего со слушающим является стратегией сближения, и для данного РА в английской коммуникации она не характерна.

Разная ориентация стратегий является причиной того, что чем больше способов смягчения воздействия используется в английском приглашении, тем менее искренним оно представляется русским коммуникантам. И наоборот, чем более настойчиво приглашают русские, тем больше опасность того, что их поведение будет расценено английскими коммуникантами как грубое вмешательство в зону личной автономии и неуважение к адресату. Незнание данных различий в стратегиях может привести к полному непониманию намерений говорящего: англичанам русские приглашения представляются резкими и грубыми, а у русских английские приглашения вызывают сомнение в искренности, порой, как показывает опыт, они и вовсе не воспринимаются как приглашения.

Различия в коммуникативных стратегиях и используемых языковых средствах сказываются на стилях коммуникации. Русское приглашение является *прямым, субъектно-ориентированным, категоричным, импозитивным*; английское — *косвенным, объектно-ориентированным, неимпозитивным*.

Чтобы избежать коммуникативных неудач и приблизиться к английскому стилю коммуникации, русским коммуникантам желательно придерживаться следующих правил.

**Коммуникативные правила для русских при общении на английском языке в ситуации *Приглашение***

- Делая приглашение, старайтесь не оказывать давления на адресата:

- избегайте употребления побудительных высказываний, как императивных (типа русского *Приходи ко мне*), так и со значением совместного действия (*Давай зайдем ко мне*);

– не используйте средства усиления воздействия (подобно русским *Обязательно приходи / Ты должен непременно быть*).

- Формулируйте приглашение в виде вопроса, интересуясь желанием или возможностью адресата принять приглашение: *Would you like to come? / Do you want to come? / Are you interested in coming? / Can you come?*

- Ориентируйтесь на собеседника, на его желания и интересы, а не на свои; стройте высказывание таким образом, чтобы субъектом предложения было местоимение *You* (ты), а не *I* (я): *Would you like to come? / Do you want to come? / How do you fancy coming? / Are you available for dinner? / I'm having a birthday party next Sunday. You are welcome* (Ср. *Я тебя приглашаю / Я хочу, чтобы ты пришел / У меня день рождения в следующее воскресенье. Жду*).

- Помните, что степень вежливости приглашения зависит от степени его косвенности: *Do you want to come? / Would you like to come? / I was wondering if you'd like to come.*

### 3.5.3. Совет

Представляется сложным (возможно, и нереальным) провести четкую границу между такими РА, как *Совет* и *Предложение*. Не претендуя на строгость определения, под *советом* в данном исследовании понимаем побудительный РА, предполагающий действие слушающего в его собственных интересах.

#### 3.5.3.1. Особенности выражения совета в английской и русской коммуникативных культурах

Несмотря на тот факт, что в РА *Совет* побуждаемое действие направлено на интересы слушающего, в целом, как и все побуждения, он является «опасным» РА (в большей или меньшей степени в зависимости от культуры). Прежде всего это касается английской коммуникации, где совет может быть расценен как покушение на независимость собеседника, его личную автономию, навязывание говорящим своей воли. Наиболее «опасным» является *непрошенный совет*, т. е. совет, даваемый говорящим по его собственной инициативе, то есть без какого-либо приглашения к тому со стороны слушающего<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Е. И. Беляева-Станден называет такой совет *неспрошенным советом* [Беляева-Станден 2003: 26], отмечая, что американцами такой совет воспринимает-

**Непрошенный совет** менее характерен для английской коммуникативной культуры, чем для русской, и вызывает у англичан более неодобрительную реакцию, так как расценивается как посягательство на личную жизнь. Старая английская поговорка гласит: *"Give not counsel or salt till you are asked"* (*Не давай совета или соли, пока тебя не попросят*).

По результатам исследований Е. И. Беляевой-Станден [Belyaeva-Standen 1996 а; Беляева-Станден 2004] реакция на непрошенный («неспрошенный») совет в русской коммуникативной культуре достаточно положительная: 75 % русских информантов отметили, что они готовы прислушаться к непрошеному совету, если он полезный, выражен в дружелюбной форме, предлагает хорошее решение проблемы [Беляева-Станден 2004: 313]. В то же время абсолютное большинство американцев считает, что «давать неспрошенные советы нехорошо», «этого надо избегать при любых обстоятельствах», так как они боятся показаться «слишком агрессивными и самоуверенными»; между прошеным и непрошеным советом у американцев существует резкая и абсолютная граница, нарушение которой приемлемо лишь в случае необходимости предостеречь слушающего от реальной опасности или заведомо неверного шага [там же: 315].

На данные различия в коммуникативном поведении обращает внимание и Л. Виссон, которая предупреждает: «Давая — из самых лучших побуждений! — непрошенный совет или помогая прохожему на улице исправить какую-нибудь мелкую погрешность в его поведении, внешнем виде, одежде, вы, по американским понятиям, совершаете поступок дерзкий или, точнее говоря, рискованный. Замечания вроде *The label is sticking out the back of your sweater* или *Your pants are torn / split in the back* («У вас брюки сзади разорваны») выслушиваются здесь, мягко говоря, с неодобрением. Такое можно сказать только знакомому, но не случайному прохожему на улице. Американцев безумно коробит русская привычка давать советы незнакомым людям» [Виссон 2003: 103].

Интересные данные приводит А. Ю. Архипенкова, исследовавшая степень допустимости непрошеного совета в английской и русской коммуникативных культурах [Архипенкова 2006]. Во всех смо-

---

ся как косвенная критика, тогда как русские рассматривают этот тип совета как проявление заботы и стремление помочь ближнему, будь то даже незнакомый человек.

делированных ею ситуациях русские информанты намного чаще были готовы дать непрошенный совет незнакомому человеку. Так, в ситуации «Очень холодно. На остановке стоит ребенок без шапки. Дует сильный ветер» 95 % русских информантов сочли допустимым посоветовать ребенку надеть шапку, в то время как 90 % англичан ответили, что ничего бы не сказали в подобной ситуации: *None of my business* (Не мое дело) / *It's not acceptable to advise unknown people. Even a child* (Советовать незнакомым людям недопустимо. Даже ребенку) [Архипенкова 2006: 60].

Любопытные различия были выявлены ею и в другой ситуации: «Случайно Вы слышите разговор двух людей, один из которых неверно указывает другому дорогу в аптеку. Вы точно знаете, что аптека находится в противоположном направлении». В этой ситуации 56 % английских информантов не сочли возможным что-либо посоветовать, приводя следующие доводы: *It's not polite* (Это невежливо) / *I don't want to be rude* (Я не хочу быть грубым) / *I don't want to interfere* (Я не хочу вмешиваться). Те же, кто был готов дать совет — 44 % (англичане, как известно, с готовностью помогают на улице), делали это максимально деликатно: *Excuse me, but I think it's there / Excuse me for interrupting, but the chemist's is in that direction*. При этом некоторые из информантов уточнили, что, возможно, они обратились бы к человеку, идущему в аптеку, но только после того, как уйдет его собеседник, неправильно указавший дорогу. Среди русских информантов 79 % были готовы вмешаться в разговор. Причем собирались сделать это прямо и категорично: *Вам надо в ту сторону! / Идите туда!*, часто используя реплики, содержащие критику и даже упрек в адрес человека, неправильно указавшего дорогу: *Да вы что! Это совсем в другую сторону / Не слушайте его, аптека совсем в другом направлении! / Вам неправильно показывают, вам надо сюда! / Что же вы ему неправильно показываете! Идите туда! Там быстрее!* [там же: 150–152].

Данные различия в очередной раз показывают, что в английской коммуникативной культуре больший акцент делается на сохранение лица и на форму высказывания, в русской — на содержание.

**Прошенный совет** также в большей степени характерен для русской коммуникативной культуры, где люди, по наблюдениям Л. Виссон, «ищут совета не только потому, что интересуются чужим мнением, но и для того, чтобы обрести соучастника в принятии своего решения» [Виссон 2003: 100], в то время как в западных культурах

каждый человек в большей степени рассчитывает на самого себя. А. В. Сергеева, выделяя особенности русского коммуникативного поведения, отмечает, что, «если вы захотите поделиться своими проблемами, то это не шокирует русских собеседников, а напротив: окружающие выразят вам свое сочувствие, начнут давать советы и даже постараются практически помочь» [Сергеева 2004: 87].

В русской культуре совет традиционно воспринимается не как вторжение в личную жизнь, а как помощь. Его дают из лучших побуждений, не опасаясь ущемить интересы и свободу собеседника, который, понимая добрые намерения «советчика», с благодарностью его принимает. Это находит отражение в русских пословицах и поговорках, которые учат внимательно относиться к советам и следовать им: *Всякий совет к разуму хорош / Людей не слушать — в добре не жить / Один ум — хорошо, а два — лучше / Одна голова — хорошо, а две — лучше.*

Справедливости ради следует отметить, что в последнее время в связи с наметившимся уклоном в сторону индивидуализма, отношение к совету у русских, особенно у молодежи, становится менее толерантным, тем не менее традиционный взгляд преобладает.

Различия в отношении к совету отражаются на речевых моделях. В коммуникативной грамматике английского языка [Leech, Svartvik 1994] в качестве моделей, употребляемых для выражения совета, приводятся следующие типы высказываний:

– с модальными глаголами (*You should stay in bed until you start to recover / You ought to keep your money in a bank / You'd better take your medicine*);

– с сослагательным и условным наклонением (*If I were you, I'd sell this car*);

– с перформативным глаголом в сослагательном наклонении (*I'd advise you to see a doctor*) [см. Leech, Svartvik 1994 : 168]. При этом отмечается, что на практике они могут восприниматься как *тактичная команда* или *инструкция* (курсив мой. — Т. Л.).

Этот комментарий является очередным подтверждением того, что невозможно четко закрепить те или иные языковые модели за определенными РА, можно выделить лишь некоторые тенденции и предпочтения. Еще одним свидетельством этому является то, что, помимо названных моделей, для выражения совета может быть использован императив, который традиционно считается, главным образом, средством выражения команды и приказа: (в кабинете врача) *What*

*do you advise? — Take this prescription to the chemist's and then go straight to bed / What do you think I should do? — Stay away from work till Monday, and don't overdo things* [Ockenden 1997: 58]. В данной ситуации совет врача является в некоторой степени инструкцией, которая, как правило, выражается при помощи императива.

Благодаря богатой системе средств модальности в английском языке можно передать различные оттенки побуждения, дать совет с большей или меньшей степенью настойчивости или деликатности. Модальные глаголы *should / ought to* употребляются для дружеского совета (*You ought to see the doctor about that lump. — Тебе следовало бы пойти к врачу...*), *you'd better* — для более сильного (*You'd better hear her side of the story. — Ты бы лучше послушал ее версию / You'd better not drive if you're feeling tired. — Ты бы лучше не ездил, если чувствуешь себя уставшим*); выражение *you would be well advised* характерно для более формального контекста (*You would be well-advised to consult the lawyer before committing yourself / He would be well advised to practice a bit harder before the next game* [MED]). Высказывания с *you'd better* содержат также оттенок предупреждения и необходимости следования данному совету: *You'd better be on time / You'd better don't be late (or I'll be angry)* [Murphy 2003: 70]. *Should* такого оттенка не содержит и означает *'it's a good thing to do'*. Для выражения совета используются также глагол *might* и выражение *you might like*: *You might perhaps put on a dress. You might like to put on a dress.*

Помимо модальных и императивных моделей, совет может быть выражен также при помощи вопросительной конструкции *Why don't you*, используемой для дружеского совета (*Why don't you just tell her the truth? — Почему бы тебе просто не сказать ей правду? / Why don't you call her? — Почему бы тебе не позвонить ей?*).

Характерной особенностью английской коммуникации является употребление единиц субъективной модальности при выражении совета (*I think, I suppose, perhaps, probably* и др.), что смягчает его иллюкативную силу, усиливает субъективность и указывает на необязательность следования ему: *You look tired. I think you should go to bed.* (Ты выглядишь уставшим. Я думаю, тебе следует идти спать) / *If you're fed up with your job, perhaps you should change it* (Если тебе надоела твоя работа, возможно, тебе следовало бы поменять ее) / *What a beautiful view! I think you should take a photograph* (Какой красивый вид! Я думаю, тебе следовало бы сфотографировать его). Снижение побу-

длительной семантики в подобных высказываниях приводит к тому, что они воспринимаются как субъективное мнение собеседника, а не как побуждение («это я так думаю, а ты поступай, как хочешь»).

В результате совет может быть выражен различными способами. Например, советуя подруге надеть платье, можно сказать:

*You might perhaps put on a dress.*

*You might like to put on a dress.*

*Why don't you put on a dress?*

*You might be better off putting on a dress.*

*I think you should put on a dress.*

*You'd better put on a dress.*

*If I were you, I'd put on a dress.*

В неформальном дружеском общении возможны и высказывания с императивом, который, как правило, смягчается различными модификаторами, благодаря которым совет звучит мягко: *Well, just put on a dress if you want.* Или *Well, just do whatever needs doing / Well, you know, have a word with him / Just do as you think, you know.*

В русском совете, по нашим наблюдениям, преобладает побудительная семантика. Хотя помимо императивных высказываний (*Сходи куда-нибудь / Позвони кому-нибудь / Пригласи ее в театр*), употребляются также модальные конструкции со значением гипотетичности, что снижает прямолинейность совета (*Сходил бы ты куда-нибудь / Позвонил бы кому-нибудь / Пригласил бы ее в театр*), а также вопросительные высказывания (*Почему бы тебе не сходить куда-нибудь? / Почему бы тебе не позвонить кому-нибудь? / Почему бы тебе не пригласить ее в театр?*), императивная форма выражения совета в русской коммуникации наиболее типична.

Данные различия проявляются и при сравнении словарных дефиниций слов *совет*, *советовать* и *advice*, *to advise*. Совет — наставление, указание, как поступить. Советовать — давать какой-нибудь совет [ССРЯ], то есть, учитывая семантику слова *совет*, указывать, как поступить. *Advice* — *an opinion that someone gives you about the best thing to do in a particular situation* (мнение, которое кто-либо дает вам, о том, как лучше поступить в конкретной ситуации). *Advise* — *to give your opinion to someone about the best thing to do* (давать мнение кому-либо о том, как лучше поступить) [MED].

Таким образом, в русском языке *советовать* означает *давать наставления, указания; указывать, как поступить*. В его семантике присутствует сема воздействия на другого. В английском — *выра-*



жать свое мнение, т. е. высказывать свое мнение, не побуждая собеседника следовать ему. О том, что в глаголе *advise* сема побуждения отсутствует, свидетельствует, на наш взгляд, его второе значение — *to tell someone facts or information that they need to know* (давать кому-либо информацию, которую им нужно знать) [MED].

Это существенное различие с большой наглядностью проявляется при сопоставительном анализе коммуникативного поведения англичан и русских в одних и тех же ситуациях общения. Такой анализ помог не только расширить представления о средствах выражения совета в двух языках, но и выявить различия в стратегиях, используемых представителями двух коммуникативных культур в данном РА. Приведем в обобщенном виде основные результаты проведенного эмпирического исследования<sup>15</sup>.

### 3.5.3.2. Результаты эмпирического исследования

Рассматривались три коммуникативные ситуации:

- совет другу пойти к врачу,
- совет другу, как помириться с девушкой,
- совет матери дочке, чем заняться в свободное время (см. Анкета № 2, ситуации 5–7).

Как показали полученные данные, в английской коммуникации для выражения совета используются три вышеназванных типа высказываний: императивные, вопросительные и высказывания с модальными глаголами. Так, например, совет другу пойти к врачу может быть выражен при помощи следующих речевых формул: *Go to the dentist / Why don't you go to the dentist? / You should go to the dentist*. Однако частотность их употребления неравноценна и может варьировать в зависимости от конкретного коммуникативного контекста. В данном случае (совет пойти к врачу) английские коммуниканты отдали явное предпочтение высказываниям с модальными глаголами — 85 %, вопросительные составили 9 %, императивные — 6 %. В других ситуациях количество императивных высказываний значительно больше, но модальные и вопросительные в сумме все равно превысили их.

Модальные глаголы, которые использовались для выражения совета, весьма разнообразны: *should, ought to, you'd better, must,*

<sup>15</sup> Подробные данные приводятся в Приложении 2 (см. Таблица № 6).

*have to, need to, can, could* (You ought to go to the dentist / You'll have to visit the dentist / You'll have to go to the dentist before the week-end to have it seen to / You must go and see the dentist / You'd better get it seen to / You probably need to go and see the dentist и др.). Однако наиболее частотным оказался глагол *should*. Среди всех модальных высказываний в данной коммуникативной ситуации на его долю пришлось 69% (You should visit the dentist / You should go and see the dentist / You should make an appointment with the dentist / You should arrange a dentist appointment / You should go to the dentist and get it looked at и др.).

Почти в половине модальных высказываний встретились единицы субъективной модальности, которые еще больше смягчают побуждение, представляют его как субъективное мнение говорящего и снижают обязательность его выполнения (*I think, maybe, perhaps, probably*): *I think you should go to the dentist / Maybe you should see the dentist / You should probably go to the dentist / Perhaps you should see the dentist*.

В совете, инициируемом собеседником, количество императивных высказываний, как правило, возрастает. Так, в ответ на инициальную реплику друга "Ann is angry with me for not coming to her party. I don't know what to do" (в анкете ситуация 7) императивным высказыванием ответило 49% информантов: *Ring her and ask her to go out / Ring her and apologise / Send her some flowers / Buy her a present / Make it up to her by going to the cinema together / Explain to her what happened* и т. д. Вопросительные высказывания предпочли 39% (*Why don't you invite her out to dinner or something? / Why don't you apologise? / Why don't you send her some flowers? / Why not ring her and apologise for not being able to go? / Why not ring her and tell her to come round?* и т. д.). Высказывания с модальными глаголами употребили 12% (*I really think you should just apologise to her for not going to it / Maybe you should explain to her why you couldn't go / You could have a party yourself and invite her to make up to it*).

Русские информанты давали совет в более настоятельной форме, отдавая явное предпочтение императивным высказываниям. Так, советуя пойти к врачу, императив употребили 51% информантов (напомним, что в английском материале эта цифра составила всего 6%); советуя, как помириться с подругой — 83%; советуя дочке, чем заняться — 91%.

Вторую группу образовали высказывания с модальными словами, которые в среднем употреблялись в 3,7 раза реже по сравнению с английским материалом. При этом важно отметить, что наиболее часто употребляемыми из них оказались слова со значением долженствования (*нужно, надо, должен*).

Вопросительные высказывания русскими информантами практически не употреблялись.

Средства смягчения совета использовались незначительно. Напротив, наблюдалось его усиление. В совете пойти к врачу почти 17% информантов использовали средства интенсификации: *Ты обязательно должен пойти к врачу / Тебе срочно надо пойти к врачу* и т. д.

Основные различия в способах выражения совета английскими и русскими коммуникантами в одних и тех же ситуациях общения сводятся к следующему:

1. При выражении совета англичане проявляют тенденцию к использованию модальных и вопросительных высказываний, императив уступает им по частотности употребления. Русские коммуниканты отдают явное предпочтение императивным высказываниям, высказывания с модальными словами используются значительно реже, вопросительные практически отсутствуют.

2. В английских модальных высказываниях преобладает значение совета (*you should / you ought to*), в русских — долженствования (*ты должен / тебе надо*).

3. Если английские информанты использовали средства смягчения своего воздействия на адресата, широко употребляя средства субъективной модальности (*I think you should go to the dentist* — Я думаю, тебе следует пойти к врачу / *Maybe you should see the dentist* — Может, тебе следует пойти к врачу), то русские информанты, напротив, интенсифицировали его (*ты обязательно должен / тебе срочно надо*). В среднем в рассмотренных ситуациях средства субъективной модальности, основная функция которых смягчить воздействие на адресата, употреблялись английскими информантами в 4 раза чаще, чем русскими; средства усиления совета — в 6 раз реже (в основном в совете пойти к врачу).

Различия в выборе и предпочтении речевых формул свидетельствуют об использовании английскими и русскими коммуникантами разных коммуникативных стратегий.

### Сопоставление коммуникативных стратегий, используемых английскими и русскими коммуникантами в РА Совет

Несмотря на тот факт, что в английской коммуникации совет может быть выражен прямо, при помощи императивных конструкций, прослеживается явная тенденция к его косвенному выражению. Об этом свидетельствуют следующие факты:

1) значительно менее частое, по сравнению с русской коммуникацией, употребление императивных форм (в среднем они были употреблены в 2,5 раза реже, а в ситуации «Совет пойти к врачу» — в 8,5 раз реже);

2) употребление вопросительных высказываний со значением совета, которые составили около 30% (*Why don't you go to the dentist?/ Why don't you ask her to dinner?/ Why not ring her?*);

3) предпочтение средств модальности со значением предположительности, гипотетичности, а не долженствования, как в русской коммуникации, ср.: *you should* и *ты должен*;

4) широкое употребление средств субъективной модальности, смягчающих воздействие на адресата (*I think, perhaps, maybe, probably*).

Приведенные факты свидетельствуют о том, что частыми стратегиями, используемыми в английской коммуникации, являются стратегии дистанцирования, типичные и для других побудительных актов:

- «выражайтесь косвенно»,
- «минимизируйте степень вмешательства»,
- «задавайте вопросы», т. е. используйте вопросительные высказывания,
- «будьте пессимистом»,
- «предоставляйте выбор».

В русской коммуникации предпочтение отдается прямому выражению совета, акцент делается на содержание, а не на форму, косвенные высказывания практически не употребляются, модификаторы как средства смягчения воздействия на собеседника используются незначительно, допускается усиление воздействия, что, как правило, свидетельствует о проявлении солидарности и соучастия, о желании помочь.

Данные различия сказываются на стилях коммуникации и формируют такие черты, как дистантность, косвенность, неимпозитивность, некатегоричность, субъек-

тивность в английской коммуникации и контактность, прямолинейность, импозитивность, ориентированность на содержание в русской. Ср.:

*Maybe you should explain to her why you couldn't go?* (букв. Может быть, тебе следовало бы объяснить ей, почему ты не смог прийти?) — *Объясни ей, почему ты не пришел.* / *Perhaps you should go to the dentist* (Возможно, тебе следовало бы пойти к зубному врачу). — *Срочно иди к врачу.*

Причины данных различий, как уже отмечалось, кроются в культуре и культурных ценностях. Русскими в силу их коллективистской ментальности совет традиционно воспринимается как акт соучастия, взаимозависимости, что позволяет давать его прямо, не прибегая к стратегиям дистанцирования. Для английских коммуникантов, которые больше всего ценят свободу и независимость личности, совет представляет собой определенную угрозу этой независимости, вторжение в их *privacy*, они предпочитают не давать советов, а если и дают их, то делают это крайне осторожно, не столько побуждая собеседника к тому или иному действию, сколько выражая свое субъективное мнение.

Для более глубоких выводов относительно речевых средств и стратегий, используемых для выражения совета в сопоставляемых коммуникативных культурах, необходим более подробный и тщательный анализ, включающий социальный, возрастной, гендерный и другие аспекты. Здесь мы ограничились лишь выявлением основных тенденций.

Полученные результаты позволили сформулировать следующие коммуникативные правила для русских, ведущих общение на английском языке.

**Коммуникативные правила для русских при общении на английском языке в ситуации *Совет***

- Не спешите давать советы: в английской коммуникативной культуре советы даются значительно реже, чем в русской.
- Не давайте непрошенных советов, даже если вам кажется, что в них нуждаются; непрошенные советы воспринимаются как грубое вмешательство.
- Английский совет отличается от русского меньшей категоричностью, в нем отсутствует (или сведено до минимума) давление на собеседника.

- Давая советы, следует ограничивать употребление императива, а также глаголов со значением долженствования и других модальных средств усиления воздействия.

- Высказывания, подобные русскому *Ты обязательно должен это сделать (You must do it)*, возможны, но ограничены узкой сферой употребления, предпочтение отдается субъективным высказываниям: *I think you should... / If I were you, I would ... / Why don't you ...?*

- Для минимизации давления на адресата следует выражаться косвенно, формулировать совет в виде вопросов, использовать различные модальные средства, указывающие на субъективность мнения говорящего (*I think, maybe, perhaps, probably* и др.): *I think perhaps you should do it / Maybe you should do it / Why don't you do it?*

- Помните, что английский совет звучит не как указание или инструкция к действию, а как ненавязчивое мнение говорящего, носящее субъективный характер.

### 3.5.4. Директивы

#### 3.5.4.1. Особенности выражения директивов в английской и русской коммуникативных культурах

Особенностью директивных РА является то, что в отличие от недирективов у слушающего нет иного выхода, кроме как совершить действие, к которому его побуждают, т. е. у него нет выбора — совершать действие или нет, независимо от того, как оформлено высказывание. Говорящий обладает определенной властью, правом совершать данный РА (это может быть *приказ, команда, указание, инструкция* и др.). В данном исследовании не ставится цель классифицировать директивные РА, они объединяются под общим термином «директивы». Основная задача — проследить, как они выражаются в сопоставляемых культурах, какие коммуникативные действия совершают при этом коммуниканты.

Одно из основных различий между английской и русской вежливостью касается употребления императива. Строгие ограничения на его использование в английской коммуникации отмечались многими исследователями (см. [Bolinger 1967; Adler 1980; Hamblin 1987; Wierzbicka 1991; Sifianou 1992, Leech and Svartvik 1994; Tsui 1994; Tsurikova 2000; Дорошенко 1986; Буторина 1992; Шульженко 1992; Беляева 1992; Егорова 1995; Головина 1997 и др.]). До какого преде-

ла распространяются эти ограничения, можно выявить только в результате сопоставительного анализа.

Ряд исследователей отмечают тот факт, что в английской коммуникации императив в основном употребляется в командах, инструкциях и приказах [Lyons 1968: 307; Wierzbicka 1991: 30] (существуют и некоторые другие случаи употребления императива, что будет рассмотрено ниже). Поскольку директивный РА предполагает определенную дистанцию власти и отсутствие у адресата возможности не совершать действие, то такое оформление высказывания представляется вполне допустимым, а с точки зрения русской коммуникации наиболее оптимальным.

Тем не менее наши данные свидетельствуют о том, что даже в командах<sup>16</sup>, где благодаря наличию статусной дистанции (команда дается именно в таких случаях) использование императива является наиболее естественной (с точки зрения русских) грамматической формой, англичане предпочитают его избегать. В тех случаях, когда императив все же используется, он, как правило, смягчается модификаторами.

Так, например, в текстах публичных объявлений императивность смягчается препозиционным *please*, которое является более сильным, чем постпозиционное, а в конце текста часто ставится еще один модификатор — *Thank you*:

*Please keep off the grass edgings* (в ботаническом саду).

*Please keep door bolted. Thank you* (в школе).

*Please stand clear of all doors. Doors are about to close. Thank you* (в поезде метро).

*Please put your rubbish in the bin after lunch. Thank you* (в здании университета).

Дж. Лич и Дж. Свартвик обращают внимание на то, что, поскольку императивные команды являются невежливыми, они часто выражаются в форме совета или предложения [см. Leech, Svartvik 1994: 167–168]: *You should stay in bed until you start to recover / You'd better take your medicine / You could be cleaning the office while I am away*.

По нашим наблюдениям, английские директивы могут передаваться также в форме высказываний, выражающих желание говорящего, вопросов о желании собеседника и очень часто в виде вопросов-просьб и вопросов-разрешений. Иллюстрацией этому являются

<sup>16</sup> Речь идет о директивных РА, не предполагающих опции.

следующие примеры, относящиеся к разным коммуникативным ситуациям:

1. *I'd like to ask measure four* (Я бы хотел попросить четвертый такт) (дирижер — музыкантам на репетиции).

2. *Could I have a bottle of champagne and two glasses right away delivered to room 301?* (Мог бы я иметь бутылку шампанского и два бокала, доставленные в номер 301?) (постоялец отеля — официанту).

3. *Can I have 5 slices of that ham? Could you make sure that you slice it extremely thinly? And can you cut off the fat before you put it in the thing?* (Могу я иметь 5 ломтиков той ветчины? Могли бы вы убедиться, что вы порежете их очень тонко? И вы можете срезать жир перед тем как упаковать ее?) (покупатель — продавцу).

4. *Will you kindly open your handbag?* (Вы любезно откроете вашу сумку?) (таможенник — пассажиру).

5. *Could I see your passport?* (Мог бы я увидеть ваш паспорт?) (на паспортном контроле).

Косвенные команды возможны и в менее формальной и даже неформальной обстановке общения:

6. *Can I draw your attention to this table?* (Могу я привлечь ваше внимание к этой таблице?) (преподаватель — студентам на лекции).

7. *Can you give me a few minutes, please?* (Вы можете дать мне несколько минут, пожалуйста?) (профессор — студенту, пришедшему на консультацию).

8. *Would you like to come through?* (Хотели бы вы пройти?) (парикмахер — клиенту).

9. *Would you like to pop your head back?* (Хотели бы вы откинуть голову назад?) (парикмахер — клиенту).

10. *Would you mind popping down to the shop?* (Ты бы не возражал сбегать в магазин?) (мать — сыну).

Во всех приведенных примерах в силу определенных условий говорящий имеет некоторые права, позволяющие ему давать распоряжения адресату и очевидно, что у последнего нет никакого выбора, кроме как выполнить называемое действие. Именно поэтому данные РА рассматриваются нами как директивы (хотя некоторые из них очень близки другим РА, так, пример 8 можно рассматривать и как приглашение, пример 10 — как просьбу).

В русской лингвокультурной традиции директивы выражаются, как правило, прямо и императивно. Императивные высказывания



являются наиболее естественными в таких ситуациях. Использование формы, имеющей семантическую опцию в ситуации, которая не предлагает никакой функциональной опции, представляется неуместным. Императив может быть модифицирован словом *пожалуйста*, которое, имея более сильное прагматическое значение, чем английское *please*, делает директивное высказывание смягченным и сближает его с просьбой.

В русском контексте вышеприведенные высказывания имели бы, скорее всего, следующее звучание:

1. *Сыграйте, пожалуйста, четвертый такт.*
2. *Принесите, пожалуйста, бутылку шампанского и два бокала в 301-й номер.*
3. *Отрежьте (завесьте), пожалуйста, 5 ломтиков той ветчины. Потоньше, пожалуйста. И жир, если можно, срежьте.*
4. *Сумку откройте, пожалуйста.*
5. *Паспорт, пожалуйста / Предъявите ваш паспорт.*
6. *Обратите, пожалуйста, внимание на эту таблицу.*
7. *Подождите, пожалуйста, несколько минут.*
8. *Проходите, пожалуйста.*
9. *Голову (пожалуйста) откиньте.*
10. *Сбегай (пожалуйста), в магазин.*

Как видим, во всех ситуациях побуждение выражается прямо, при помощи императива. Английские же коммуниканты в этих же ситуациях, несмотря на указанные обстоятельства — наличие права у говорящего давать распоряжения и отсутствие возможности у адресата отказать от его выполнения, проявляют тенденцию к смягчению своей команды, облачают ее в форму, содержащую иллюзию опции. Для этого используются различные коммуникативные стратегии и языковые средства:

- оформление директивов в виде вопроса, что придает высказыванию косвенность и опциональность;
- использование модальных глаголов со значением возможности и намерения (*can / will*), благодаря чему говорящий апеллирует к возможности и намерению адресата совершить действие;
- использование модальных глаголов в сослагательном наклонении (*could / would*), что придает гипотетичность высказыванию и еще больше дистанцирует адресата от побуждаемого действия;
- апеллирование к желанию адресата проявляется также в моделях *would you like / would you mind*;

– использование модификаторов (*please, kindly*), смягчающих побуждение;

– использование субъектно-ориентированных высказываний (*Could I see your passport? / Can I draw your attention?*) вместо объектно-ориентированных (*Could you show me your passport? / Can you pay attention to...*), благодаря чему объект выводится из дискурса и таким образом дистанцируется от побуждаемого действия.

Удивительными для русского наблюдателя, привыкшего к прямым директивам, представляются формулы, в которые английские учителя оформляют свои команды. Данная коммуникативная ситуация предполагает явную асимметрию отношений. Если даже не принимать во внимание возрастную и статусную асимметрию, которая, как отмечалось выше, различна в двух культурах, то в силу своего функционального положения и профессиональных задач учитель, призванный организовать процесс обучения, облечен правом давать указания. Тем не менее, английские учителя предпочитают этим правом не пользоваться и передают свои команды не прямо, а косвенно. Сравним:

*Will you take out your books, please?* (Вы достанете, пожалуйста, ваши книги?). — *Достаньте ваши книги.*

*Would you please look at number 41?* (Вы посмотрели бы, пожалуйста, на номер 41?). — *Посмотрите номер 41.*

*Do you want to read, Anna? / Would you like to read?* (Ты хочешь читать, Анна? / Ты хотела бы читать?). — *Читай, пожалуйста, Анна.*

*Would you mind repeating that, please?* (Ты бы не возражала повторить это?). — *Повтори, пожалуйста.*

*Can I ask you to write down your answers?* (Могу я попросить вас записать ваши ответы?). — *Запишите ваши ответы.*

*May I give you these papers?* (Могу я дать вам эти работы/задания?). — *Возьмите ваши работы.*

*I want you to listen to me again* (Я хочу, чтобы вы меня снова слушали) — *Слушайте, пожалуйста*<sup>17</sup>.

Произнося эти фразы, учитель, тем не менее, осуществляет директивные РА, поскольку ученики в силу особенностей данной ситуации обязаны выполнить действия, к которым их так мягко побуждают. Для них, как для представителей английской культуры, подобные речевые формулы являются конвенциональной командой. Рус-

<sup>17</sup> Все примеры из реальной коммуникации. Собраны Марией Озюменко.

ские, оказавшиеся в такой ситуации, как правило, не понимают прагматического значения подобных английских высказываний и принимают их за вопрос о возможности, желании совершить действие, что может привести (и приводит) к коммуникативным неудачам, как в следующем примере, который мне подарил российский специалист, работавший в центре подготовки космонавтов в Хьюстоне:

У российского космонавта, проходившего подготовку в Хьюстоне, возникли проблемы с преподавательницей английского языка, которую так расстроило его поведение во время занятий, что она была готова отказаться заниматься с ним. Когда русская переводчица попыталась узнать у него, в чем дело, она услышала следующее: «А что я? Это она какая-то странная. Вот сегодня, например, сама спросила, хочу ли я писать упражнение, я ей и говорю: «Да, ну его. Давайте лучше устно позанимаемся». А она ни с того ни с сего расстроилась».

Суть этого конфликта проста: конвенциональная английская команда *Would you like to write this exercise?*, прагматическое значение которой *Пишите, пожалуйста, это упражнение*, была понята буквально — *Хотели бы вы написать это упражнение?*, т. е. как вопрос о желании адресата, на который был дан откровенный ответ. Английская учительница не могла предположить, что ее фраза получила подобную интерпретацию и расценила этот ответ как проявление грубости.

На подобную интерпретацию конвенциональных английских команд русскими учащимися обращает внимание Дж. Томас, отмечая что в ответ на команду учителя *X, would you like to read?* (букв.: *X, хотел бы ты почитать?*), они могут ответить *no, I wouldn't*, не имея при этом намерения ответить грубо, просто искренне считая, что учитель интересуется их предпочтениями [Thomas 1983: 101].

Русская школьница, приехавшая в Америку по обмену, попала в коммуникативную неудачу по такой же причине: она буквально поняла слова своей хозяйки, которая, пригласив ее в церковь, добавила: *You may put on a skirt* (букв.: Ты можешь надеть юбку). Решив, что ей предлагался выбор, она все же предпочла надеть брюки и была крайне удивлена, когда, выйдя из комнаты, услышала: *But I told you, you might put on a skirt*, что означало «Я же сказала тебе надеть юбку». «Почему бы ей не сказать об этом прямо?» — недоумевала русская девушка, рассказывая об этом случае.

Английский бизнесмен жаловался на неэффективность и нераспорочность его русской секретарши, которой ему несколько раз при-

ходится напоминать о необходимости сделать то или иное задание. В этом также нет ничего удивительного, если учесть, что распоряжения он давал ей в виде таких фраз, как *Could you possibly type these letters?* (Могли бы вы, возможно, напечатать эти письма?) и даже *Could I possibly trouble you to take a moment to do it?* (Мог бы я, возможно, побеспокоить вас, чтобы вы уделите минуту, чтобы сделать это?). В восприятии русского человека речь в таких фразах идет о делах, которые могут подождать, и ради них не стоит отрываться от текущей работы.

Данные примеры, как и приведенные выше, свидетельствуют о том, что в директивных РА английские и русские коммуниканты ведут себя по-разному.

Статусная дистанция, которая типична для РА *Команда*, позволяет говорящему, с точки зрения русских, использовать прямые директивные конструкции. Модифицированные словом *пожалуйста*, они не воспринимаются ими как абсолютные директивы. Более того, следует отметить, что императив в русской коммуникативной культуре, в отличие от английской, не является самой «грубой» формой побуждения. Более «командно» звучит инфинитив (*Встать! Выйти из класса!*) и в еще большей степени глаголы в форме прошедшего времени, которые выражают еще более сильную степень воздействия, поскольку представляют побуждаемое действие как уже свершившийся факт: Ср.: *Выйди из класса. — Выйти из класса! — Встал и вышел!* (учитель — ученику) / *Соберите игрушки и положите их на место. — Собрали игрушки и положили их на место* (мать — детям)<sup>18</sup>.

Важно отметить, что в английской коммуникации тенденция к смягчению команды характерна и для семейного дискурса, что в очередной раз свидетельствует о том, что английский стиль коммуникации более ровный и в меньшей степени, чем русский, подвержен влиянию контекста. Так, побуждая ребенка к тому, чтобы он выключил телевизор, английские родители могут сказать: *Could you switch the television off?* В присутствии посторонних, например гостей, желая звучать вежливо, они могут использовать фразу *You might like to switch*

<sup>18</sup> Необходимо отметить, что большую роль здесь играет также интонация. Сказанная ласковым голосом фраза *А теперь положили на место игрушки и пошли мыть ручки* не является грубым побуждением (важную роль в ней играет также слово *ручки*, которое благодаря уменьшительно-ласкательному суффиксу выступает как сильный модификатор побуждения).

*the television off now* (при этом в ней содержится некоторая доля иронии). Если ребенок на нее не реагирует, раздраженные родители могут сказать *Would you ever switch that television off?* Если и она не имеет результата, тогда побуждение может быть выражено императивно — *Switch that television off*. При этом не только последняя фраза, но и все предыдущие являются с точки зрения прагматики командой или даже приказом, поскольку выбора у ребенка нет и он обязан подчиниться воле родителей.

В русской коммуникации стратегии вежливости, смягчающие прагматическое значение директивных РА, практически не используются. В случае отсутствия прагматической опции предпочтение отдается высказываниям, не имеющим и семантической опции. Русские коммуниканты, как правило, выражают свои намерения прямо: наблюдается тенденция использовать высказывания, семантика и прагматика которых совпадают: *Выключи, пожалуйста, телевизор / Сейчас же (немедленно) выключи телевизор! Хотя в некоторых контекстах возможен и вопрос: Может, наконец, выключишь телевизор?* (с интонацией раздражения).

Английские коммуниканты даже в асимметричных отношениях (несмотря на незначительную дистанцию власти в английской культуре, в таких ситуациях, как, например, «учитель — ученик», «представитель таможенной службы — пассажир», «отец — сын», она все равно в какой-то степени присутствует) не демонстрируют свою власть через употребление прямого императива. Вместо него они используют высказывания, содержащие вопрос о желании, возможности адресата выполнить действие и тем самым демонстрируют свое уважение к собеседнику.

Для проверки наших выводов и выявления того, насколько типичными являются подобные смягченные команды, было проведено эмпирическое исследование, результаты которого приводятся ниже.

### 3.5.4.2. Результаты эмпирического исследования

Для проверки выводов, сделанных в результате непосредственного наблюдения, было проведено эмпирическое исследование, в котором участвовало 140 информантов (70 английских и 70 русских). Им было предложено дополнить 4 мини-диалога репликами, являющимися, по их мнению, наиболее естественными в предложенных ситуациях:

- 1) автоинспектор говорит<sup>19</sup> водителю убрать машину;
- 2) посетитель ресторана говорит официанту принести меню;
- 3) учитель говорит ученикам открыть книги;
- 4) мама говорит сыну сходить в магазин (см. Приложение 1, Анкета № 2, ситуации 1–4).

Для всех этих коммуникативных контекстов характерна определенная статусная дистанция (вертикальная): говорящий в силу ряда причин (должностного положения, ситуации, возраста) наделен некоторой властью над слушающим и имеет право оказывать на него воздействие (во всяком случае, с точки зрения русских коммуникативных норм). Слушающий, в свою очередь, вынужден подчиниться указанию говорящего и выполнить действие, к которому тот его побуждает, поскольку в данных ситуациях у него нет выбора, альтернативы. По этой причине мы рассматриваем данные РА как директивы и допускаем, что они могут классифицироваться как требования (в отличие от просьбы, которая всегда предполагает выбор).

Поскольку, как отмечалось выше, статусная дистанция в английской лингвокультурной общности меньше, чем в русской, делалось предположение, что степень этого воздействия у английских коммуникантов будет меньше и они в большей степени будут использовать стратегии дистанцирования, чем русские коммуниканты.

### Сопоставление английских и русских высказываний, употребляемых в директивных РА

В каждой ситуации респонденты употребили разнообразные реплики, которые по форме в обобщенном виде можно разделить на три основные группы: побудительные высказывания, вопросительные и декларативные (подробные данные см. Приложение 2, Таблица № 4).

В группу побудительных (с точки зрения прагматики все рассматриваемые высказывания являются побудительными) были включены высказывания с семантикой побуждения, передаваемого императивом или модальными глаголами (предикатами) со значением долженствования (*Move it / You have to move it / Уберите машину / Вы должны ее убрать*).

---

<sup>19</sup> Употребляя здесь и в дальнейшем глагол «говорит», намеренно допускаем стилистическую погрешность, чтобы избежать указания на характер РА, которое присутствует в глаголах «просит», «приказывает», «велит», «требует».

Вопросительные высказывания представляют собой косвенный способ выражения побуждения, поскольку имеют семантику вопроса, в прагматическом плане они более характерны для выражения просьбы: *Would you mind moving it, please?* (Вы бы не возражали против того, чтобы переставить ее, пожалуйста?) / *Would you please open your book?* (Вы пожелали ли бы открыть книги, пожалуйста?) / *Will you pop down to the shop?* (Ты сбегашь в магазин?).

Декларативные высказывания — это высказывания в форме повествовательных предложений, которые чаще всего представляют собой побуждение-намек (*That's a no parking area / Здесь стоянка запрещена*) либо побуждение как волеизъявление говорящего, встречающееся в английской коммуникации: *I would like you to move your car please / I want you to open your book* (Я бы хотел, чтобы вы передвинули вашу машину, пожалуйста / Я хочу, чтобы вы открыли ваши книги).

Полученные нами в результате анкетирования данные по четырем рассмотренным выше коммуникативным ситуациям позволили сделать следующие обобщения.

**Английские высказывания**, выражающие требование, отличаются большим разнообразием по сравнению с русскими. Наиболее предпочтительным способом выражения требования (по крайней мере, в рассмотренных ситуациях), несмотря на прагматическую императивность, являются вопросительные высказывания, а не побудительные. Среди 280 проанализированных нами высказываний они составили более 60 %.

На долю побудительных высказываний пришлось 26 %, среди них императивных — 17,5 %.

В **русской коммуникации**, напротив, требование выражается главным образом при помощи побудительных высказываний. В нашем материале они составили 78 %, в основном это императивные высказывания, в половине из которых присутствовал модификатор, что в русской коммуникации формально переводит требование в просьбу.

Вопросительные высказывания употребили всего 15 % русских информантов.

На долю декларативных высказываний приходится наименьшее количество: в английском материале — 13 %, в русском — 7 % (в основном они встретились в ситуации 1).

Соотношение прямых побудительных высказываний и вопросительных существенно варьирует в зависимости от ситуации. При этом интересно отметить, что как минимальное, так и максимальное коли-

чество прямых побудительных высказываний в русском и английском материале отмечено в одних и тех же ситуациях, хотя сами цифры отличаются весьма существенно. Можно предположить, что этот факт свидетельствует об одинаковом восприятии статусно-ролевых отношений в сопоставляемых коммуникативных культурах (в данных ситуациях) и в то же время о разном качестве этих отношений. Наименьшее количество прямых побудительных высказываний пришлось на ситуацию в ресторане — просьба принести меню, наибольшее — на ситуацию в классе, где учитель говорит ученикам открыть книги.

Из этого следует, что в обеих коммуникативных культурах учитель наделен наибольшими полномочиями (властью) для побуждения: количество прямых побудительных высказываний в этой ситуации максимальное, однако цифры существенно разнятся: 66 % среди английских высказываний (что намного больше по сравнению с остальными ситуациями) и все 100 % (!) среди русских. Соответственно на эту же ситуацию приходится наименьшее количество вопросительных высказываний: 19 % среди английских высказываний (*Will you open your textbook, please? / Would you please open your textbook?*) и их полное отсутствие среди русских, что свидетельствует о прямом, командном стиле поведения русского учителя.

Наименьшими правами для побуждения в обеих культурах наделен посетитель ресторана. Но если среди английских высказываний нет ни одного императивного (т. е. ни один английский информант не счел возможным сказать официанту *Bring me the menu, please*)<sup>20</sup>, то среди русских они составляют 60 % (*Принесите, пожалуйста, меню*). В этой ситуации отмечено максимальное количество вопросительных высказываний, но опять очень разные цифры: 98 % английских (*May/Can/Could I see the menu, please?*) и 40 % русских (*Не могли бы вы принести меню? / Можно меню?*). При этом важно подчеркнуть, что практически все английские вопросительные конструкции были субъектно-ориентированными, т. е. предпочиталась формула *Could I have the menu, please?* (а не *Could you bring me the menu, please?* Ср.: *Не могли бы вы принести меню?*), что еще больше смягчает побуждение.

Существенные различия в отношении употребления побудительных высказываний отмечены в ситуации 4 (сходить в магазин), где

<sup>20</sup> Интересно отметить, что в английских справочниках по этикету особо отмечается, что к официантам следует обращаться в вежливой форме, «они не слуги, а профессионалы» [Hunter 1994: 108].



русские родители использовали императив в 13 раз чаще, чем английские (80 % и 6 % соответственно), что свидетельствует о высоком уровне дистанции власти между родителями и детьми в русской коммуникативной культуре и о его незначительности в английской. Английские родители, по данным информантов, отдают явное предпочтение вопросительным конструкциям (92 %): *Would you go down to the shop for me?* (Пожелал ли бы ты сходить в магазин для меня?) / *Will you run down to the shop, please?* (Ты сбегашь в магазин, пожалуйста?) / *Could you possibly go to the shop?* (Мог бы ты, возможно, сходить в магазин?) / *Would you mind popping down to the shop?* (Ты бы не возражал сбегать в магазин?). Русские информанты предпочли императивные высказывания (80 %), при этом почти половина из них была употреблена без модификатора «пожалуйста»: *Сходи, пожалуйста, в магазин* / *Сходи в магазин* / *Сбегай в магазин*.

В ситуации 1 (убрать машину) количество прямых побудительных высказываний различается более чем в два раза, они чаще употребляются русскими коммуникантами (71 %), при этом императивные высказывания русские коммуниканты употребляли в 5 раз чаще (62 % по сравнению с 12 %): *Это не место для парковки, уберите машину* / *Уберите, пожалуйста, вашу машину* / *Сейчас же уберите машину* / *Вы должны убрать ее немедленно*. Диспропорция в употреблении вопросительных высказываний еще более существенна (34 % — английские коммуниканты, всего 1 % — русские): *Could you please move your car?* (Могли бы вы, пожалуйста, переставить машину?) / *Would you please move it?* (Пожелали ли бы вы переставить ее?) / *Would you mind moving it please?* (Не возражали ли бы вы переставить ее, пожалуйста?).

При таком варьировании цифр в зависимости от коммуникативной ситуации усредненные данные о предпочтительности той или иной речевой модели дают лишь самое общее представление, тем не менее, они указывают на определенную тенденцию, наблюдаемую в двух коммуникативных культурах, что необходимо для понимания действий коммуникантов и выработки правил, следование которым способствовало бы более эффективному взаимодействию.

### **Сопоставление стратегий, используемых в директивных РА в английской и русской коммуникативных культурах**

Различия в выборе языковых средств и их предпочтительность свидетельствуют о разных коммуникативных стратегиях, используе-

мых в данных РА английскими и русскими коммуникантами, что в свою очередь вызвано разными социально-культурными отношениями в сопоставляемых лингвокультурах и, главным образом, разным уровнем дистанции власти, то есть вертикальной дистанцией.

**Английские коммуниканты** демонстрируют тенденцию к снижению, минимизации воздействия на собеседника, свидетельством чему является относительно небольшое количество прямых побудительных высказываний (в среднем 26 %) и интенсивное использование стратегий дистанцирования, таких, как:

- косвенность высказываний;
- уклончивость;
- предоставление слушающему видимости опции (в действительности, как и в русской коммуникации, такая опция отсутствует);
- вывод говорящего, а иногда и слушающего, из дискурса;
- представление побуждения как необходимости, вызванной объективными факторами;
- подчеркивание более высокого статуса адресата (в ситуации 1 «автоинспектор — водитель») при помощи обращения *sir*, используемого в настоящее время в очень ограниченных коммуникативных ситуациях, главным образом, при обращении нижестоящего к вышестоящему (*This is a no parking zone, sir / You can't leave it here, I'm afraid, sir / Would you mind moving it, sir?*).

Косвенность высказывания достигается как при помощи использования вопросительных конструкций, на долю которых в нашем материале пришлось в среднем 61 % высказываний (в ситуации 2 и 4 около 100 %), так и другими средствами, среди которых:

- модальные глаголы: *Would you mind moving your car, please? / Would you please open your book? / Can (Will) you run down to the shop for me? / Can (May) I have the menu please?;*
- сослагательное наклонение: *Could (Would) you go down to the shop? / Could we have the menu? / Now if you would all open the textbooks;*
- будущее время: *You'll have to move it / I'm afraid you are going to have to move it;*
- различные модификаторы: *Could you please run to the shop? / Could you possibly go to the shop for me? / Sorry, sir, but you are breaking the law. You can't leave it there, I'm afraid;*
- дистанцирование адресата от побуждаемого действия: *Could we have the menu, please? / If you wouldn't mind opening your book;*

— дистанцирование обоих участников коммуникативного акта от действия, для чего используются третье лицо и пассивный залог: *Well, sir, it will have to be moved. / It is parked illegally, it has to be moved.*

Ирреальная модальность смещает все отношения, в результате чего побуждение часто исходит якобы не от говорящего, а совершать действие будет якобы не слушающий. Если же высказывание имеет объектную ориентированность, то использование говорящим вопросительной конструкции, модальных глаголов, условного наклонения и различных модификаторов направлено на то, чтобы показать его неуверенность в возможности совершения данного действия. Таким образом, реализуется стратегия «будьте пессимистом» ('be pessimistic').

Часто побуждение сопровождалось объяснением причины, указанием на вызванные парковкой трудности: *It's blocking traffic / It's in the way / It's causing an obstruction / I'm afraid it's blocking that entrance.* Таким образом говорящий указывал на вынужденный характер делаемого им побуждения, что также в некоторой степени смягчает его импозитивность.

**Русские коммуниканты**, как показал материал, стратегии дистанцирования используют весьма незначительно. Явное предпочтение отдается прямому побуждению (прямые побудительные высказывания в среднем составили 78 %).

Говорящий свободно демонстрирует свою власть и не предпринимает попыток минимизировать воздействие на собеседника. Особенно это характерно для ситуации 3 (учитель — ученики), где императивные высказывания оказались единственным способом выражения побуждения (100 %).

Косвенные побуждения встречаются в двух ситуациях: в ситуации 2 (посетитель — официант), что проявляется в относительно большом количестве вопросительных конструкций (40 %) и в некоторой степени (20 %) в ситуации 4 (мать — сын). В этих ситуациях говорящий предоставляет слушающему видимость выбора, используя конструкции, содержащие семантическую опцию (*Вы не могли бы принести меню? / Ты не сходишь в магазин?*). Однако развернутых реквестивных конструкций типа *Would you mind going to the shop, please?* (Не возражал бы ты сходить в магазин, пожалуйста?) в русском материале не встретилось. В ситуациях 1 (автоинспектор — водитель) и 3 (учитель — ученик) косвенные побуждения не использовались вовсе (не считая единичных случаев в ситуации 1).

Русские коммуниканты минимизируют давление на собеседника в значительно меньшей степени, чем англичане. Для этого используются прежде всего модификаторы (*пожалуйста, будьте добры*), которые, однако, имеют более сильное прагматическое значение, чем английское *please*, и переводят требование в формальную просьбу (в прагматическом плане подобные высказывания представляют собой смягченное требование). В ситуации 1 (автоинспектор — водитель) использовались средства усиления воздействия (*немедленно, сейчас же*), что подчеркивает высокий статус автоинспектора (во всяком случае, в его собственном восприятии).

Такая стратегия, как вывод говорящего и/или слушающего из дискурса (дистанцирование от действия), для русской коммуникации не характерна.

Таким образом, если английские коммуниканты демонстрируют тенденцию к косвенному выражению команды, делают акцент на форму, русские отдают явное предпочтение прямому побуждению, форма которого соответствует содержанию.

Наш материал полностью подтверждает высказывание Р. Нофсингера (см. [Nofsinger 1991]) относительно того, что команда или приказ основываются на тех же правилах, что и просьба, единственным исключением является то, что власть говорящего при этом должна быть очевидна [Nofsinger 1991: 25]. Однако следует отметить, что это касается в большей степени английской коммуникативной культуры.

Английские коммуниканты, даже обладая властью над слушающим, не используют своего статусного превосходства, не демонстрируют свою власть, а наоборот, пытаются ее нивелировать, избегая прямого воздействия на адресата. Таким образом, с одной стороны, они соблюдают принцип равенства, с другой — демонстрируют уважение к личной автономии собеседника, то есть ведут себя в соответствии со своими коммуникативными ценностями.

В русской культуре, отличающейся более высокой вертикальной дистанцией, при асимметричных отношениях в пользу говорящего последний реализует свое статусное преимущество в полной мере и еще более прямо, чем в просьбе, оказывает воздействие на собеседника. Более высокая дистанция власти, с одной стороны, и отсутствие зоны личной автономии, с другой, дают ему на это право. На речевом уровне оно проявляется в виде прямых побудительных высказываний. Попытки снизить коммуникативное давление на собеседника минимальны.

Таким образом, причины столь разного поведения англичан и русских в рассмотренных ситуациях кроются в разных социально-культурных отношениях и культурных ценностях.

Данные различия, как было показано выше, сказываются на стилях коммуникации и делают русский стиль прямым и категоричным, ориентированным на содержание; английский — косвенным и неимпозитивным, ориентированным на форму, на соблюдение дистанции, на сохранение лица.

Чтобы сгладить эти стилистические различия и приблизиться к английскому стилю коммуникации, желательно учитывать следующие коммуникативные правила.

**Коммуникативные правила для русских коммуникантов при общении на английском языке (в ситуации команды, указания)**

- Следует иметь в виду, что, даже давая команду, делая указание, англичане часто смягчают свое побуждение.

- Императив используется значительно реже, чем в русском языке, предпочтение отдается вопросительным высказываниям.

- Однако вопрос в подобных ситуациях не означает, что выполнение действия зависит от желания слушающего. Такие высказывания, как *Would you mind moving your car, please?* (автоинспектор — водителю) / *May I see your ticket?* (контролер — пассажиру) / *Could you possibly type these letters?* (начальник — секретарю) / *Would you like to read?* (учитель — ученику), не предполагают выбора, они являются командой и подлежат немедленному выполнению.

- Английское *please* не смягчает императив в той же степени, как русское *пожалуйста*, и высказывания типа *Bring me the menu, please* / *Give me a pint of lager, please* воспринимаются как приказ.

- В сфере обслуживания (в ресторане, магазине, гостинице) вопросительные конструкции являются единственно возможным способом выражения побуждения при обращении к обслуживающему персоналу, при этом они ориентированы на говорящего, а не на слушающего: *Could I have the menu please?* / *May I have a pint of lager, please?*

### 3.6. Вежливость и прямое коммуникативное воздействие

Одна из основных особенностей двух коммуникативных культур, выявленная в результате сопоставительного анализа, касается употребления императива. Как было показано, в побудительных речевых актах английские коммуниканты избегают использования этой «опасной» формы, выражающей прежде всего прямое воздействие на собеседника, что представляет собой угрозу его независимости. Русские коммуниканты в силу особенностей своей культуры употребляют императив достаточно свободно, используют стратегии по смягчению коммуникативного воздействия на собеседника в значительно меньшей степени.

Английские исследователи отмечают, что императив является грамматическим средством, употребление которого может самым разным образом влиять на распределение ролей коммуникантов (см. [Cheepen, Monaghan 1990: 71–72]). Они предупреждают, что его следует употреблять с максимальной осторожностью, обращая внимание на то, чтобы был сохранен статус каждого из коммуникантов, так как, употребляя императив, говорящий изначально ставит себя выше своего собеседника, опускает его на более низкую статусную позицию [там же].

Помимо рассмотренных побудительных РА (директивы, просьба, приглашение, совет), тенденция избегать употребления императивных форм в английской коммуникативной культуре проявляется и в других ситуациях общения, которые не вошли в данное исследование, но о которых считаем необходимым упомянуть, поскольку они свидетельствуют об общей коммуникативной тенденции — не допускать прямого воздействия на собеседника.

1. Ограничения на употребление императива в английской коммуникации распространяются на отрицательный императив, который, как отмечают Дж. Лич и Дж. Свартвик, имеет эффект запрещения действия [Leech and Svartvik 1994: 165]. Об этом свидетельствуют следующие факты.

Отрицательные императивные конструкции, побуждающие адресата не совершать то или иное действие (*Don't smoke, Don't go there*), имеют вариант, содержащий элементы модальности и характеризующийся смещением субъектно-объектной ориентации (ком-

муникативная нагрузка переносится на говорящего): *I'd rather you didn't smoke, if you don't mind / I'd rather you didn't go there.*

Наряду с такими формулами, как *Don't hurry / Don't worry / Don't make noise / Don't forget to take the key*, широко употребляемыми являются утвердительные формулы, часто не имеющие русских эквивалентов: *Take your time / Take it easy / Take heart / Stay calm / Remember to take the key*. Интересным примером является глагол *mind*, который употребляется в формулах предупреждения: *Mind the gap* — надпись на платформе лондонского метро (Ср. русское *Не стойте у края платформы / Отойдите от края платформы*).

Тенденция избегать употребления императива в отрицательной форме прослеживается также в текстах публичных объявлений, содержащих запрет на те или иные действия, что позволяет перевести запрет в инструкцию. При этом императив смягчается модификаторами 'please', 'kindly', 'thank you'. Сравните:

*Please keep off the lawn* (табличка на газоне) / (Пожалуйста, держитесь вне газонов). — *По газонам не ходить.*

*Please knock before opening fitting room doors. Thank you* (в магазине на кабинке примерочной) (Пожалуйста, стучите перед тем, как открыть двери примерочной) — *Без стука не входить.*

*Stand clear of all doors* (в поезде метро) — *Не стойте у дверей.*

Еще одним средством смягчения давления на адресата является добавление в высказывание глагола абстрактного действия: (таблички в поезде метро)

*Please kindly refrain from smoking* (Пожалуйста, любезно воздерживайтесь от курения).

*Please avoid leaving litter on trains or in stations* (Пожалуйста, избегайте оставлять мусор в поездах и на станциях).

Смещение акцента с глаголов конкретного действия (*smoke, leave*) на глагол абстрактного действия (*refrain, avoid*) также снижает прямоту высказывания и позволяет избегать употребления отрицательного императива (*Don't smoke / Don't leave litter*).

Запрет в английской коммуникативной культуре может быть выражен и еще более мягко, как, например, в следующих объявлениях:

(запрет курить в баре)

*Thank you for not smoking at the bar*  
(Спасибо, что вы не курите в баре)

(запрет выносить продукты из ресторана)

*Dear guests,*

*We are pleased to offer you our buffet, in which you will find a wide range of products which we hope will be to your liking. Should you wish to take away any of these products, the head waiter will be pleased to inform you the means of payment available for this service (charge to the room, credit card, cash, etc.). Thank you for kind cooperation.*

(Дорогие гости,

Мы рады предложить вам шведский стол, в котором вы найдете широкий выбор продуктов, которые, мы надеемся, вам понравятся. Если вы пожелаете взять что-нибудь из этих продуктов с собой, метрдотель будет рад проинформировать вас о возможных способах оплаты этой услуги (включение в счет, оплата кредитной картой, наличными и т. д.). Спасибо за любезное сотрудничество.)

Семантика этих объявлений сводится не к запрету курить в баре и выносить продукты из ресторана, а к благодарности за несовершенство этих действий. Причем, если в первом объявлении — *Спасибо, что вы не курите* — действие названо прямо (курение само по себе не является предосудительным действием), во втором объявлении в целях сохранения лица адресата запрещаемое действие не называется, поскольку это мог бы быть намек на кражу. Вместо этого предлагаются способы оплаты продуктов в случае желания взять их в номер и благодарность за сотрудничество. Кроме того, в данной просьбе-запрете существуют многочисленные социальные поглаживания, смягчающие прагматику самого запрета (*We are pleased to offer you / which we hope will be to your liking / will be pleased to inform you / Thank you for kind cooperation.*). Ср.: *Выносить продукты из ресторана запрещено.*

Использование стратегий вежливости сближения в целях смягчения такого опасного для лица акта, как запрет, является типичным для английского стиля коммуникации, примером чему может служить следующее объявление на воротах колледжа в Кембридже:

Members of the Public are welcome to visit the Colledge but entry is by the Great Gate on St. John's Street. Only members of the University and those who have business in the Colledge may enter by this gate.

В данном объявлении прежде чем сообщить, что проход на территорию колледжа через эти ворота разрешен только для сотрудников, приветствуются все, кто желает его посетить: *Members of the*



*Public are welcome to visit the Colledge. Ср.: Посторонним проход запрещен.*

2. Предпочитаемая в английской коммуникации формула извинения 'sorry'<sup>21</sup>, на наш взгляд, тоже может рассматриваться как способ избежать употребления императивной формулы *excuse me*. Хотя (*I'm*) *sorry*, как и все единицы фатической коммуникации, в прагматическом аспекте десемантизирована, в ее лексическом значении содержится сема сожаления. Таким образом, произнося ' (*I'm*) *sorry*', говорящий выражает свое сожаление по поводу инцидента, в результате извинение приносится не прямо, а косвенно. На этот факт обращает внимание, в частности, Р. Фасольд, который называет данную формулу косвенным извинением [Fasold 1990: 154]. Другими словами, имея семантическое значение сожаления, формула ' (*I'm*) *sorry*' выступает в прагматической функции извинения. Она не направлена на собеседника, а замыкается в самом субъекте. Ее прагматическое значение можно свести к следующему: «Я хочу, чтоб ты знал, что я сожалею о том, что произошло и при этом ни о чем тебя не прошу», т. е. в ней не содержится апелляции к говорящему модифицировать его отношение к собеседнику.

Формула извинения 'excuse me', являющаяся семантическим эквивалентом русского «извините», употребляется, по данным К. Аймер, лишь в 4,7% ситуаций [Aijmer 1996: 86]. Она представляет собой императивное высказывание, направленное на собеседника, и семантически, как и русское «извините», является просьбой об извинении, примером чему служит следующее высказывание: *Would you excuse me a minute, please.*

Таким образом, как уже отмечалось, в РА *Извинение* в английской коммуникации предпочтение отдается субъектно-ориентированной формуле (в русской — объектно-ориентированной), что позволяет перенести коммуникативную нагрузку с адресата на самого говорящего.

Это явление можно объяснить с позиций английской системы вежливости. Предпочитая (*I'm*) *sorry*, коммуниканты используют сразу несколько стратегий вежливости дистанцирования:

– выражают извинение косвенно, а не прямо, о чем свидетельствует разная семантика двух формул;

---

<sup>21</sup> Из всех речевых формул извинения на ее долю приходится 83,7% (см. [Aijmer 1996: 86]).

– отказываясь от употребления императивного *excuse me*, избегают оказания давления на адресата;

– отдавая предпочтение субъектно-ориентированной формуле *I'm sorry*, они выводят адресата из ситуации, что является еще одной из стратегий вежливости дистанцирования.

3. Как справедливо отмечает А. Вежбицкая [Wierzbicka 1991], ограничения на употребление чистого императива в английской коммуникации касаются не только вежливого общения, но даже и не очень вежливого. Она дает следующее объяснение этому явлению: каждый человек имеет право на свои собственные чувства, желания, мнения, и если он хочет выразить их, в этом нет ничего плохого; но если он хочет повлиять на действия других людей, то надо иметь в виду, что у них тоже могут быть свои чувства, желания, мнения, и они не обязательно должны совпадать [Wierzbicka 1991: 36]. Таким образом, даже демонстрация отрицательных эмоций в обществе, где сдержанность и самоконтроль являются одними из основных ценностей, является меньшим злом, чем нарушение права личной автономии. А. Вежбицкая делает предположение о том, что употребление чистого императива является для собеседников более оскорбительным, чем сквернословие, употребление инвективной лексики.

Следующие высказывания, содержащие ненормативную лексику и при этом оформленные в виде вопроса, иллюстрируют это интересное явление:

*Why don't you all go to hell!*

*Would you mind shutting up your bloody mouth!*

*Would you mind telling me what the fuck is going on?*

Подобные примеры встречаем и в художественной литературе: *...why don't you get the fuck out of my house!* (J. Colgan) (разгневанная хозяйка дома — нежелательным посетительницам).

И еще один интересный пример из романа Дж. Ашер, где герой также пытается выдворить из дома нежданную гостью:

*'How the hell did you get in? What the hell are you doing in my house? Don't shut the front door! I'm afraid I shall have to ask you to leave immediately. Could you go, please?'* (J. Asher)

Несмотря на сильное раздражение, о чем свидетельствует употребление слова *hell*, императивное высказывание с восклицательным знаком (*Don't shut the front door!*), здесь мы видим и маркеры смягчения побуждения — *I'm afraid* (боюсь, к сожалению), *I shall have to ask you* (мне придется попросить вас) и, наконец, косвенное

побуждение в форме вопроса о возможности совершить действие — *Could you go, please?* (Не могли бы вы, пожалуйста, уйти), что в результате, как нам кажется, сглаживает ситуацию. Однако у нашего героя иное мнение: *Knowing as he did so that he was handling it badly, that he was overreacting: 'Please, get out of my house, Mrs. Evans. If you don't leave immediately I shall call the police'* (J. Asher).

Таким образом, даже находясь в состоянии раздражения, английские коммуниканты не забывают смягчать свое воздействие на адресата и используют все те же стратегии дистанцирования. Они и здесь часто строят высказывания в форме вопроса. Другие примеры:

*'Why don't you tell me what you discussed with my son'* (две женщины во время ссоры).

*'Why don't you leave me alone'* (жена — мужу в состоянии крайнего раздражения).

*'You still there, Barnett?' Slade sounded angry now as well as impatient. Get off my doorstep, will you?'* (R. Goddard).

*'Would you stop.'* *Father Mulcahy turned angrily on his companion* (J. Johnston).

*'I don't think I'll ever sit in a car with you again. Will you look at the road, Del!'* (M. Binchy) (мать — сыну в состоянии крайнего раздражения).

Отсутствие вопросительного знака в данных высказываниях свидетельствует о том, что их прагматическое значение вовсе не соответствует вопросу.

Для русского общения употребление подобных речевых формул в ситуации ссоры или сильного раздражения невозможно. Уместным здесь является прямой и категоричный стиль. Ср.:

*'Why don't you leave me alone.'* (Почему бы тебе не оставить меня в покое) — *Оставь меня в покое!*

*'Would you stop'* (Ты перестал бы) — *Прекрати!*

*'Will you look at the road!'* (Ты будешь смотреть на дорогу!) — *Смотри же на дорогу!*

4. Как уже упоминалось, не только императив, но даже перформативные глаголы представляются слишком прямыми в английской коммуникации. На этот факт обращает внимание Дж. Томас [Thomas 1995]. Исследовательница отмечает, что собеседники стараются избегать употребления эксплицитных перформативов, поскольку при многих обстоятельствах они подразумевают разную степень власти в отношениях собеседников и наделяют говорящего особым набо-

ром прав [Thomas 1995: 48]. Именно поэтому предпочтение отдается имплицитным перформативам, и только в случаях крайней необходимости употребляются эксплицитные.

Из этого следует, что даже такие «безобидные», с точки зрения русских, фразы как *Я тебя приглашаю...*, *Я тебе советую...*, *Я тебя прошу...*, *Я тебя поздравляю...*, *Я тебе желаю...* и т. п., в английской коммуникации воспринимаются как слишком навязчивые, назойливые, докучливые (именно так переводится слово ‘intrusive’, употребляемое Дж. Томас) и означают определенное вторжение в зону ‘privacy’ — зону личной автономии (поскольку глагол ‘intrude’ означает ‘come in or join in without being invited’ — «войти, присоединиться без приглашения»). Вместо прямых перформативов — *I invite you...*, *I advise you...*, *I ask you...*, *I wish you...*, *I congratulate you...* — употребляются имплицитные или условные — *You are invited...*, *I'd like to invite you...*, *I'd like to ask you...*, *I'd like to wish you...*, *I'd like to congratulate you...*

После стольких предупреждений о том, что в английской лингвокультуре императив является опасным языковым средством и его лучше избегать, может сложиться неверное впечатление, что он всегда является угрозой лицу и связан исключительно с приказом и командой. Ряд исследователей характеризуют его именно так. А. Тросборг, в частности, указывает, что императив — это грамматическая форма, которая прямо сигнализирует о том, что высказывание является приказом [Trosborg 1995: 204].

Тем не менее императив нельзя связывать только с приказом и даже в более широком плане — с импозитивами. Он может выражать разные значения. Дж. Лич [Leech 1983], выступая против того, чтобы ассоциировать императив исключительно с приказом, приводит следующие примеры императивных высказываний, различающихся иллокутивным значением:

*Stand still* (команда)

*Have a good time* (пожелание)

*Help yourself* (предложение)

*Make yourself at home* (приглашение)

*Go to hell* (проклятие)

*Say that again and I'll hit you* (угроза) [Leech 1983: 117].

Также императив может выражать:

запрет — *Don't touch.*

просьбу — *Shut the door, please.*

мольбу — *Help!*

совет — *Take an aspirin for your headache.*

предостережение — *Look out! Be careful! Mind your head.*

предложение (suggestion) — *Let's have a party.*

инструкцию — *Take the first street on the left.*

Анализируя императивные высказывания, следует помнить, что определить их иллокутивное значение можно только при детальном рассмотрении коммуникативного контекста, включая интонацию. Дж. Лич [Leech 1983: 107] приводит следующие примеры императивных высказываний, различающихся ценой и выгодой действия:

[1] *Peel these potatoes.*

[2] *Hand me the newspaper.*

[3] *Sit down.*

[4] *Look at that.*

[5] *Enjoy your holiday.*

[6] *Have another sandwich.*

В первом примере в высказывании содержится высокая степень импозиции, оно может быть расценено как приказ. Во втором степень импозиции меньше, так как речь идет о действии, не требующем от слушающего больших затрат. Третье и четвертое представляют собой скорее приглашение или совет, они ориентированы на выгоду слушающего. Пятое является пожеланием, шестое — предложением (приглашением взять еще один бутерброд).

Исследователи признают тот факт, что, выступая в разных РА, императив может быть не только опасным для коммуникации, но и наоборот — вежливым, и, хотя существование вежливого императива часто игнорируется, он также существует (см. [Lakoff 1972; Leech 1983; Cheepen, Monghan 1990]). Отмечается, что императив допускается (и является при этом вежливым) в тех особых случаях, когда говорящий уверен, что от действия выиграет слушающий, то есть он совершает действие в своих собственных интересах. Например, хозяин приглашает гостя войти, сесть, предлагает напитки, еду, сигареты: *Come in / Sit down / Have some more salad / Have some more wine / Have a cigarette.* В таких ситуациях говорящий может позволить себе оказать давление на адресата. Это свидетельствует о том, что он *искренне желает*, чтобы его предложение или приглашение было принято слушающим [Leech 1983: 109] (курсив мой. — Т. Л.).

Последнее замечание чрезвычайно интересно, потому что, на наш взгляд, именно по этой причине, как отмечалось, русские коммуниканты допускают императивность, давление на собеседника в речевом акте *Приглашение* в целом, и чем настойчивее делается приглашение, тем искреннее оно звучит. Однако для английской коммуникации, как было показано, чрезмерное воздействие на собеседника в приглашении не характерно. Угощают русские также более настойчиво. Ср.: *Have some (more) salad. — Возьмите еще салата. Ну, хоть ложечку / Этот салат вы обязательно должны попробовать. Я его специально готовила* и т. д.

Еще одной ситуацией, в которой английский императив имеет «вежливое» значение, являются пожелания: *Have a lovely day / Have a nice time / Enjoy your week-end / Take care* и другие. Эти действия также направлены на благо адресата.

К. Чипен и Дж. Монаген, ссылаясь в свою очередь на Р. Лакофф [Lakoff 1972], отмечают, что, помимо ситуаций, когда действие выгодно слушающему, императив допустим также при отношениях, характеризующихся *таким устойчивым уровнем солидарности, что нет необходимости в ее специальном поддержании* [Cheepen, Monaghan 1990: 72] (курсив мой. — Т. Л.), то есть при достаточно близких отношениях между коммуникантами. Эта мысль представляется принципиально важной для нашего исследования, так как она косвенно подтверждает идею о том, что более близкая дистанция, характерная для социально-культурных отношений в русской коммуникации по сравнению с английской, дает возможность более свободного употребления императива во многих ситуациях общения.

Таким образом, выгода адресата от совершаемого им действия и, в некоторых ситуациях, близость отношений участников коммуникации — условия, при которых императив может иметь вежливое звучание. В большинстве же случаев в силу своего импозитивного характера он является в английской коммуникации опасной грамматической формой, и тенденция избегать его употребления прослеживается в различных коммуникативных ситуациях.

Данные замечания английских исследователей относительно возможности «вежливого» императива при близких отношениях участников коммуникативного акта служат косвенным подтверждением идеи, проводимой в данном исследовании, относительно того, что степень импозитивности зависит от дистанции, разделяющей ком-

муникантов, и именно поэтому она в большей степени свойственна русской коммуникативной традиции. При этом прямолинейность, императивность не снижают степени вежливости [Larina 2006; 2008].

### 3.7. О некоторых табу в английской коммуникативной культуре

Личная независимость (privacy), проникновение в которую строго возбраняется, накладывает строгие ограничения не только на употребление импозитивных языковых средств, но и целых речевых актов, направленных на нарушение этой оберегаемой и почитаемой зоны. В первую очередь это касается такого РА, как *Замечание*, который, по нашим наблюдениям и результатам опросов информантов, в английской коммуникативной культуре практически не делается. Это касается всех типов замечаний — как и вполне безобидных, с точки зрения русских, которые в английском языке обозначаются словом *remark* (в данном случае — *personal remark*), так и тех, что содержат оттенок неодобрения, осуждения, порицания, упрека — *admonition, rebuke, reprimand*<sup>22</sup>.

В русском языке нет специального слова, соответствующего английскому *personal remark*, что условно можно обозначить как *замечание, касающееся непосредственно адресата (его внешности, одежды, туалета)*, например, *Your hair is in bad condition*. В английской культуре подобные замечания не приветствуются, если не сказать сильнее — не допускаются, поскольку могут нанести серьезный урон лицу. Они могут быть сделаны только импульсивно, когда говорящий не контролирует в должной мере свое поведение. В русской коммуникативной традиции высказывания вроде *Этот цвет тебе не идет / Эта прическа тебя старит / Тебе пора постричься / Ты выглядишь такой уставшей, тебе надо отдохнуть* в кругу близких вполне допустимы. Хотя они могут вызвать и негативную реакцию

<sup>22</sup> Об этом типе замечаний мы будем говорить здесь в обобщенном виде, не останавливаясь на нюансах, исходя из того, что *сделать замечание* — это «сказать кому-то о том, что вам не нравится в его поведении». Данное значение содержится во всех из перечисленных слов, ср.: *to admonish* — to tell someone that you do not approve of what they have done; *to rebuke* — to tell someone that they behaved badly; *reprimand* — to tell someone officially and in a serious way that something they have done is wrong [MED].

со стороны собеседника (особенно молодого поколения), все же традиционно воспринимаются не как грубое нарушение этикетных норм, как в английской коммуникации, а скорее как проявление заботы, возможно, чрезмерное, и часто близко к совету.

А. Вежбицкая, которая обращает внимание на эту особенность коммуникативного поведения, объясняет это различиями в иерархии ценностей: для русских более важно сказать правду о том, что они думают, чем беспокоиться о том, что их слова могут обидеть собеседника, хотя это не означает, что они полностью игнорируют его чувства и не считаются с ними [Wierzbicka 2006a: 7–8]. В английской культуре, напротив, чувства собеседника, его личная автономия — на первом месте, посему подобные замечания личного характера воспринимаются как грубое вмешательство. Их избегают даже в тех случаях, когда они могут пойти на пользу собеседнику. На эту нетерпимость англичан к вмешательству со стороны внешнего мира указывает Дж. Паксман, который нашел для нее забавную иллюстрацию<sup>23</sup>:

If you remark to an Englishman, in a smoking compartment, that he has dropped some cigar-ash on his trousers, he will probably answer: «For the past ten minutes I have seen a box of matches on fire in your back coat pocket, but I did not interfere with you for that» [Paxman 1999: 116].

По наблюдениям представителей западно-европейских культур, русские гораздо больше вмешиваются в чужую жизнь, причем как в положительном смысле, так и в отрицательном. Р. Ратмайр приводит многочисленные примеры такого поведения и заключает, что для русских «заботиться об окружающих и помогать им — такая же норма, как и поучать, и критиковать их» [Ратмайр 2003: 25]. Возможно, поэтому представителям западных культур порой трудно различить в русской коммуникации такие речевые акты, как совет и замечание. Так, Р. Ратмайр, в частности, пишет о своем личном опыте жизни в России: «Если, по мнению окружающих, я была слишком легко или неподобающим образом одета — мне делали замечание: *Девушка, еще не лето, как Вы без шапки можете ходить?* Когда у меня съехал шарф, мне тоже сделали замечание: *Девушка, там у вас шарф спустился, подберите, а то испачкаете...* Как-то в августе — было исключительно жарко — я ехала в метро в платье с открытой спиной и одна молодая женщина громко возмутилась: *Девушка, это же не пляж, а метро!*» [Ратмайр 2003: 25]. Если последний пример дей-

<sup>23</sup> Отрывок из Max O'Rell "John Bull and his Island", London 1983.



ствительно представляет собой замечание (похожие замечания в адрес молодежи можно услышать и сейчас), то первые два высказывания, с точки зрения русских, представляют собой не замечание — а совет, поскольку нацелены на благо адресата, являются проявлением заботы о нем.

Примеры из личного опыта:

В супермаркете одна из покупательниц, глядя в мою тележку: *Что же вы здесь помидоры покупаете, на рынке они уже гораздо дешевле.* Безусловно, данное высказывание, по форме напоминающее упрек (*что же вы*), и в русской культуре воспринимается как недопустимое вторжение в личную жизнь (кому какое дело, где и что я покупаю). Однако русскому человеку понятно, что намерение говорящего — не критиковать и упрекать, а дать другому, пусть и незнакомому, полезный совет, поделиться своим опытом, и потому к таким высказываниям люди относятся чаще всего терпимо.

Случай на улице. Выйдя из автобуса, слышу сзади: *«Мадам, мадам, женщина!»* (догоняет пожилая женщина) *«Это я вам. У вас сумка открыта, а кошелек прямо сверху лежит. Его ведь так легко вытащить».* И далее с поучающей интонацией: *«Ну, разве так можно!»* Удивляюсь столь смелому и прямому нравоучению, но отвечаю с благодарностью: *«Спасибо. Вы правы».* Но женщина продолжает: *«А вот у девушек часто я вижу в магазинах, на рынках сумки на плече сзади. Я им все время говорю об этом. Мне так жалко людей».* Последней фразой моя заботливая собеседница сама объяснила причину своих действий. После этого звучащее как критика и упрек *«Ну, разве так можно!»* уже не воспринималось бестактным вмешательством. В данном случае это также не замечание в русском понимании, а замечание-совет или совет-предупреждение, поскольку направлено на благо адресата.

Нельзя сказать, что русские люди всегда легко и прямо делают такого рода замечания, не осознавая, что это вторжение, вмешательство в чужую жизнь, но все же желание помочь берет верх. При этом, понимая сложность ситуации, они приносят извинение за свое вмешательство, ищут оправдания своему поступку, могут даже прибегать к комплиментам, служащим своего рода коммуникативной поддержкой адресату, лицу которого наносится урон и т. д. Еще один пример. На улице догоняет незнакомая женщина:

*«Вы меня извините, пожалуйста. У вас такой прекрасный вид, но вот туфли у вас или после ремонта, или новые совсем, на них*

внизу бумажка наклеена. Вы меня только, пожалуйста, извините. Все остальное у вас великолепно».

Женская солидарность, а не бестактность, подтолкнула мою собеседницу совершить акт, делать который, как видим, ей не очень хотелось. Она дважды приносит извинение и дважды оказывает коммуникативную поддержку в виде оценочных реплик.

Замечание, сделанное другому, потому что вам не нравится его поведение, наносит урон лицу в обеих культурах. Однако существенные различия наблюдаются и здесь. Англичане таких замечаний практически не делают. Пассажиры в транспорте не делают замечаний друг другу. Поведение детей в общественных местах, порой очень шумное, остается без внимания окружающих. Замечания чужим детям делать не принято, даже если они мешают находящимся рядом. Никто не делает замечаний по поводу того, что молодые люди не уступают места пожилым (это и не принято).

На вопрос о том, как обычно реагируют англичане, если во время спектакля им мешают разговоры соседей, мои информанты дали следующие ответы: «Никак», «Недовольным взглядом», «Недовольным выражением лица», «Разворотом в сторону нарушителя и взглядом». На вопрос о том, возможна ли какая-либо вербальная реакция, был дан единственный вариант, состоящий из междометия “Sh-sh”. При этом один из моих собеседников допустил, что в случае очень шумного поведения окружающих замечание по этому поводу может быть высказано, но не непосредственно нарушителям порядка, а находящемуся рядом другу, супругу/супруге (с надеждой, что оно может быть услышано окружающими и, как следствие, они изменят свое поведение).

Следует отметить, что строгие ограничения на замечания, особенно в адрес чужих, связаны с двумя причинами: их не делают из уважения к свободе каждого, а также из-за опасения услышать грубость в ответ. Английская молодежь не извиняется в ответ на замечания, а реагирует, как правило, агрессивно (что, к сожалению, наблюдается в последнее время и в русской культуре). Очевидно, это происходит из-за того, что замечание воспринимается как грубое вторжение в зону личной автономии, то есть ущемление права на независимость: если вы мое право нарушили, то теперь и я свободен это сделать. Чтобы не допустить этого, англичане в таких ситуациях предпочитают следовать пословице *If you say everything you want to say you'll hear something you don't want to hear* (Если вы скажете все,

что вы хотите сказать, вам придется услышать то, чего вы не хотите услышать).

Иллюстрацией к вышесказанному является юмористический рассказ о человеке, который все же попытался дать понять сидящим за ним зрителям, что из-за них он не слышит артистов. Интересно, что вел он себя точно в соответствии с комментариями моих информантов:

Last week I went to the theatre. I had a very good seat. The play was very interesting. I did not enjoy it. A young man and a young woman were sitting behind me. They were talking loudly. I got very angry. I could not hear the actors. I turned round. I looked at the man and the woman angrily. They did not pay any attention. In the end, I could not bear it. I turned round again. 'I can't hear a word!' I said angrily.

'It's none of your business,' the young man said rudely. 'This is a private conversation!'

На данную особенность английского коммуникативного поведения обращает внимание А. В. Павловская. Говоря о знаменитой сдержанности и невозмутимости англичан, она пишет:

«Единственное, что может вывести из себя истинного англичанина, — это шумное и вызывающее поведение других. Даже в Лондоне — городе, почти полностью отданном туристам и эмигрантам, — нередко можно увидеть в автобусе чинную английскую пару с откровенным отвращением разглядывающую шумную и эмоциональную группу испанских или итальянских туристов и позволяющую себе даже в *порыве искреннего негодования* (курсив мой. — Т.Л.) всего лишь нахмурить брови и молча возмущенно переглядываться» [Павловская 2004: 237–238].

Замечание (*reprimand*) в английском коммуникативном сознании — это всегда знак неравенства<sup>24</sup>. Поэтому, если в случае явного нарушения права на личную автономию англичане все же каким-то образом выражают свое недовольство поведением окружающих, этот речевой акт является не замечанием, а протестом, и он, как правило, выражается в форме просьбы:

*Could you turn down your music, please?* (Мог бы, ты, пожалуйста, сделать тише музыку?) (членам семьи, друзьям).

*Could you please stop talking?* (Могли бы вы перестать разговаривать?) (ученик своим одноклассникам во время урока).

---

<sup>24</sup> А. Вежбицкая называет его наряду с приказом (*order*) *power-based word* [Wierzbicka 2003: 154].

*Please, you're disturbing me* (Пожалуйста, вы мне мешаете) (соседям по общежитию).

Подобные формы протеста возможны при достаточно близких отношениях между коммуникантами. В случае более дистантных отношений между ними протест не выражается. П. Роу [Rowe 1976: 60] приводит любопытные примеры замечаний в ситуациях, когда человек вынужден их сделать, сопровождая их предупреждением о том, что они делаются в форме просьбы, но с определенной, несколько саркастичной, интонацией, что является невежливым:

*Would you mind not treading on my toes?* (буквально, но с некоторой долей погрешности: Не возражали бы вы перестать наступать мне на ноги?);

*Would you kindly stop your child throwing sand all over me?* (что-то вроде: Не могли бы вы быть так любезны, чтобы заставить ребенка прекратить бросать в меня песок?).

Пример замечания в транспорте:

*'Excuse me. I think you're standing on my foot.'*

*'I'm sorry. I didn't realize.'*

В очереди в супермаркете можно услышать следующее:

*'Excuse me, but I think you're in the wrong place.'*

*'Are you speaking to me?'*

*'Yes. The end of the queue's over there. I think you've made a mistake.'*

Маркер субъективности *I think* смягчает замечание, делает его звучание менее прямолинейным и импозитивным. *'You've made a mistake'* свидетельствует о том, что окружающие воспринимают поведение адресата не как преднамеренное нарушение общественного порядка, а как случайную ошибку, что позволяет ему (и говорящему) сохранить лицо.

Ярким примером антиконфликтной стратегии и стремления сохранить лицо (как собеседника, так и свое) является следующая ситуация: женщина в дорогом светлом костюме идет на важную встречу, к ней подбегает собака и грязными лапами пачкает его; подошедшему хозяину собаки расстроенная дама говорит: *«I am not happy with your dog at all!»* (Я совсем недовольна вашей собакой)<sup>25</sup>. Безусловно, не стоит думать, что так поведет себя каждый представитель английской (или американской) культуры. Тем не менее, трудно предположить, чтобы хотя бы один представитель русской культуры от-

<sup>25</sup> Из материалов Кристины Великотской.

реагировал на данную ситуацию подобным образом. Скорее всего это будет ориентированное на адресата восклицание, содержащее эксплицитный упрек: *Что же вы за собакой не смотрите! Разве так можно?!* (не исключены и более резкие высказывания).

В английской коммуникативной культуре при нарушении чужого пространства можно услышать также краткое *Do you mind?* или *Excuse me*, которые произносятся с характерной интонацией и с ударением на каждом слове. Русские с большим трудом и не всегда понимают прагматическое значение подобных имплицитных замечаний. Услышав такое *Excuse me*, они недоумевают, за что перед ними извиняются.

Совершенно недопустимыми считаются такие распространенные у нас замечания-указания, которые делают как сами пассажиры, так и работники транспорта: «*Не задерживайте выход пассажиров*», «*Отойдите от края платформы*», «*Побыстрее совершайте посадку-высадку, не задерживайте отправления поезда*», «*Не забывайте оплачивать проезд*», «*Не стойте в проходе*», «*Проходите вперед*», «*Возьмите сумку в другую руку*», «*Снимите свой рюкзак, он же мешает*», «*Вы бы продвинулись, и я бы прошла*», и тем более замечания-упреки: «*Побыстрее заходите в автобус. Что вы еле-еле двигаетесь!*» (водитель автобуса — пассажирам); «*Что же вы в проходе стоите! Что вы никак не проходите!*», «*Разве можно с такими сумками ездить в общественном транспорте! Из-за вас люди пройти не могут* (пассажиры с возмущением).

Даже если кто-то из пассажиров закурит, что, как и в России, является грубейшим нарушением норм общественного поведения, окружающие не сделают замечания прямо, а только через водителя, замечание которого при этом является образцом деликатности и уважительного отношения к нарушителю: *Would you kindly stop smoking, please? Thank you* (Вы любезно **пожелали** бы перестать курить, пожалуйста? Спасибо). Данная реплика, услышанная в реальной ситуации, столь любопытна, что заслуживает отдельного рассмотрения.

Водитель использует в ней следующие средства смягчения:

– обращается к пассажиру не прямо, а косвенно, предпочитая вопросительное предложение императиву и таким образом создавая иллюзию того, что у пассажира есть выбор;

– апеллирует к желанию адресата (*would you*);

– выражает сомнение в желании адресата совершить действие (сослагательное наклонение);

– три модификатора — *kindly, please, thank you* — смягчают побуждение. В результате замечание-команда звучит как мягкая, деликатная просьба.

Подобное замечание для русского коммуниканта столь неестественно, что в нем можно заподозрить иронию, но никакой иронии здесь нет. Оно является конвенциональной, соответствующей данной коммуникативной ситуации реакцией водителя. На вопрос о том, всегда ли он делает замечание пассажирам в такой вежливой форме, мне был дан не менее удивительный ответ: «Нет, только при первом обращении, если же пассажир не прекратит курить, второе обращение будет очень требовательным — *'Kindly stop smoking or I'll have to call the police'* (Любезно прекратите курить или мне придется вызвать полицию). В *требовательном*, по словам водителя, высказывании также есть модификаторы — *kindly* (любезно) и *I'll have* (мне придется, я буду вынужден), что в значительной степени смягчает его воздействие на нарушителя.

Трудно представить, что в русской коммуникации в подобной ситуации возможно иное, кроме как императивное, высказывание. Вместо средств смягчения требования более естественными представляются средства усиления воздействия: *Немедленно (сейчас же) прекратите курить* (не говоря уж о тех, что выходят за рамки вежливого общения, но, которые, к сожалению, в подобной ситуации не исключены).

Продолжим о том, чего не делают английские коммуниканты. Учитель не делает замечания ученикам при всем классе. В случае необходимости он выходит вместе с нарушившим нормы поведения учеником в коридор и беседует с ним без посторонних, сохраняя таким образом его достоинство. Если он все же вынужден обратиться к ученикам с замечанием и призвать их изменить свое поведение, то его высказывания, в сравнении с русскими, тоже мало будут похожи на замечание-команду: Ср.:

*Перестаньте разговаривать. — Could you please stop talking?* (Могли бы вы перестать разговаривать, пожалуйста?).

*Ведите себя как положено. — That's enough* (Этого достаточно).

*Потише, пожалуйста. — Can you keep quiet?* (Вы можете сидеть тихо?).

*Слушайте внимательно. Не отвлекайтесь. — Are you with me?* (Вы со мной?).

*Больше не опаздывайте. — Please make sure you're on time in future* (Пожалуйста, убедитесь, что в будущем вы будете вовремя)<sup>26</sup>.

С целью сохранения «лица» родителей родительские собрания представляют собой индивидуальные беседы родителей с учителями, которые проходят в специально отведенные для этого дни. Таким образом, все проблемы обсуждаются наедине, без свидетелей.

В университете преподаватели также не делают замечаний студентам, они, как правило, вовсе не реагируют на такое поведение студентов, как опоздание, разговоры и пр., и попросту игнорируют это.

В семье родители могут делать замечания своим детям, но обычно также в форме вопроса (хотя здесь допустима ироническая интонация):

*Will you not bite your nails?*

*Will you not make so much noise?*

*Would you mind not leaving dirty cups on the table?*

*Would you mind not taking my books without asking?*

Делая в магазине замечание своему ребенку, который по неосторожности чуть было не толкнул тележку другого покупателя, английская мама ограничилась репликой *'Mind, Tony'*, что является скорее не замечанием, а предостережением или призывом к большей внимательности. При выходе из транспорта вместо того, чтобы поторопить сына/дочь, посетовать на его/ее медлительность, ребенку заботливо скажут *'Take your time'*.

Другим примером ограничений, касающихся речевых актов, является *критика*. Критические замечания в английской коммуникативной культуре также практически отсутствуют. Высказывания учителей в адрес учеников, типа *Какие же вы невнимательные / Когда же ты перестанешь опаздывать? / Я, конечно, понимаю, что вы устали, но нельзя же так пренебрежительно относиться к предмету* и т. п., английскими учителями не допускаются. Они предпочитают больше хвалить, чем критиковать, что удивляет русских детей, привыкших к постоянным замечаниям и критике в свой адрес со стороны учителей. Встречаясь с родителями (что, как отмечалось, происходит не на общих собраниях, а индивидуально), учителя также не скупятся на хвалебные слова, как, например, *Your daughter is a genius. She is brilliant.*

---

<sup>26</sup> Английские эквиваленты русским фразам подобрала по моей просьбе преподаватель русского языка доктор Сара Смит.

В академической среде критика во время научной дискуссии также очень сдержанная и доброжелательная, она носит субъективный характер, а не декларативный, который характерен для русской коммуникативной культуры. Стиль проведения научной дискуссии, принятый в русской коммуникации, воспринимается англичанами как очень агрессивный и недоброжелательный.

Поскольку у англичан не принято выражать сильные чувства, английский язык предлагает большое разнообразие эвфемизмов, помогающих избежать этого. Так, выражая несогласие, они сопровождают свои комментарии фразой *I may be wrong, but ...* (Возможно я ошибаюсь, но ...) или *There is just one thing in all that you have been saying that worries me a little* (Во всем том, что вы сказали, есть всего один момент, который меня немного беспокоит) (из [Samovar, Porter, McDniel 2007: 179]).

По нашим наблюдениям, в случае необходимости возразить, высказать свое несогласие с мнением адресата широко используются также следующие средства модификации, смягчающие высказывание и снижающие его категоричность: *I'm afraid / unfortunately / if I may / if you don't mind my saying so* и др.:

*I'm afraid I can't completely agree with you* (Боюсь, я не могу полностью согласиться с вами).

*Unfortunately my calculations do not agree with yours* (К сожалению, мои расчеты не соответствуют вашим).

*I wonder if you have thought about the work of Jones, which suggests the contrary* (Интересно/Я интересуюсь, думали ли вы о работе Джонса, который предлагает противоположное).

*I'm afraid you may have to revise your conclusions/premises* (Боюсь, вам придется пересмотреть ваши расчеты/посылки).

*I'm afraid you may have to substantiate your findings more satisfactorily/conclusively* (Боюсь, вам придется обосновать ваши выводы более существенно).

*I don't think you've given this very serious matter enough of your attention* (Я не думаю, что этому серьезному вопросу вы уделили достаточно внимания).

*If you don't mind my saying so your calculations are open to question* (Если вы не возражаете тому, что я скажу, ваши расчеты открыты для вопросов).

Высказывания английских оппонентов носят субъективный и рекомендательный характер. Они не допускают указаний на то, что



адресат не прав, а предлагаемая оппонентом точка зрения является единственно верной. Как отмечает А. Вежбицкая, в мире английского языка можно сказать «я с тобой не согласен», но нельзя сказать другому человеку «ты не прав»; сказанные по-английски слова «you are wrong» («ты не не прав») звучат очень грубо, и после такого высказывания разговор становится невозможным (см. [Вежбицкая 2005: 468]).

В случае возникших разногласий английские коммуниканты предпочитают не доводить дело до серьезных споров. Они не пытаются, как русские, доказать справедливость своей точки зрения и непременно склонить на нее собеседника. В английском языке есть специальная антиконфликтная фраза — *Let's agree to disagree*, которой пользуются, чтобы остановить спор, не дать ему разгореться и сменить тему разговора или обсуждения.

По нашим наблюдениям, неприемлемыми для английской коммуникативной культуры являются также высказывания, которые содержат угрозу, что в русской коммуникации встречается даже при официальном общении. Как, например, в следующем объявлении, которое звучало в известном московском театре на премьерном показе, где присутствовало много именитых гостей: *Внимание! Курить в нашем театре разрешается только в строго отведенных местах. Нарушившие это требование могут быть привлечены к административной ответственности.* Английский вариант подобного предупреждения не содержит последнего замечания: *We would like to remind you, that smoking is not allowed to in the theatre* (Мы бы хотели напомнить вам, что курение не разрешено в нашем театре). Сравните тональность звучания — *Мы бы хотели напомнить вам и Нарушившие это требование могут быть привлечены к административной ответственности.*

Другой пример из обращения автоинспектора к водителю, нарушившему правила парковки (из анкет информантов): *Уберите машину, а то будете оштрафованы.* Ср.: *Well, sir, it has to be moved. It's an obstruction / Would you mind moving it, please? / Could you/Would you move it?* (Сэр, ее следует убрать. Она мешает / Вы бы не возражали переставить ее, пожалуйста? / Могли бы вы/Желали бы вы переставить ее?).

К коммуникативным запретам в некоторой степени можно отнести и такой речевой акт, как отказ, вернее **прямой отказ**. Сказанное прямо **No** в ответ на приглашение, просьбу, предложение или, на-

пример, заявление на работу воспринимается как нанесение урона лицу. Чтобы сохранить лицо, как свое, так и адресата, принято делать отказ в мягкой форме, ставя на первый план благодарность (за приглашение или обращение), готовность помочь (в просьбе), следует также выразить свое сожаление в связи с невозможностью дать утвердительный ответ, объяснить причины, которые препятствуют этому, предложить другие варианты:

*Would you like to go out to the cinema tonight?* (приглашение друга) — *Oh, I'd love to. That sounds brilliant. But I'm afraid I can't make it tonight. Another time perhaps.*

*Can you help me with my maths homework?* (просьба друга) — *Believe me, I would if I could, but I don't know the first thing about algebra. Sorry.*

Стиль английского отказа на обращение по поводу работы является столь косвенным, что русскими коммуникантами он часто истолковывается неверно. Как правило, он начинается с благодарности за проявленный интерес, часто содержит признание достоинств обращающегося, его ценности для компании и содержит надежду на будущее, и даже скорое, сотрудничество, как в следующем письме:

Dear N,

**Thank you very much** for applying for the post of Director of ....

We had a very large number of applications from an excellent field and we are pleased to announce that we have appointed N.N., who is ... and has actively been promoting Russian culture, particularly music, in London for the past five years.

**We very much value your interest in ...**, and although your application was not successful, **we very much hope that you will involve yourself** in our programmes and activities. The success of our venture will depend to a large extent on individuals and groups taking an active role in defining our programmes and organising many of the events, so **we look forward to welcoming you to ... in the near future.**

Yours Sincerely,

Name

Organisation

Неудивительно, что после такого письма русский заявитель, который как русский человек вообще не разбалован вниманием со стороны тех, кто наделен какими-либо властными полномочиями, и не привык к вниманию с их стороны, решил, что если его кандидатура не прошла на пост директора, то место заместителя или, по крайней

мере, сотрудника этой организации ему обеспечено, и в ближайшее время он получит конкретное предложение. Каково же было его разочарование, когда он узнал, что другие кандидаты на этот пост, получили точно такое же письмо.

Подобное неадекватное прочтение русскими письма-отказа — нередкое явление.

О. А. Леонтович приводит аналогичный случай, произошедший с Е. Г. Юревичем — российским эмигрантом, преподававшим в Орегонском университете в США, который в одном из своих писем писал:

«Вскоре по приезде мне устроили интервью в местном колледже. <...> Когда все закончилось, я осторожно спросил, когда можно позвонить, чтобы узнать результат. Мне ответили, что они вскоре позвонят. И я не один день сидел утром у телефона и ждал. Представляете ли вы, что это значит — приехать и получить надежду на работу по профессии? Они не позвонили. А потом я узнал, что это здесь ФОРМА ОТКАЗА и существует даже такая ходячая фраза: *don't call us, we will call you*. Вот вам и конфуз. Или, как я сказал бы теперь, *culture shock*» [Леонтович 2005: 290].

Интересный случай, где причиной непонимания стали также различия в стратегиях, используемых при отказе, рассказала Т. М. Николаева<sup>27</sup>:

Российского ученого пригласили выступить с пленарным докладом на международной конференции, проходившей в Англии, на что, следуя такой русской ценности, как скромность, она ответила: «Большое спасибо за приглашение. Даже не знаю, смогу ли я подготовить что-нибудь особенно интересное». Вскоре пришло письмо, которое и удивило, и разочаровало ее: «Нам очень жаль, что вы не смогли принять наше приглашение. Не волнуйтесь, мы уже нашли другого докладчика».

Эта ситуация является примером двустороннего непонимания. В ней произошло наложение сразу нескольких коммуникативных различий. Автор письма не учел того факта, что представителям английской культуры, где ценятся уверенность в себе и настроенность на успех, чуждо подобное проявление скромности. Получатели письма, в свою очередь, также, очевидно, не имели представления об этой особенности русских и истолковали его значение, исходя из своего коммуникативного опыта. Поскольку отказ в английской коммуника-

<sup>27</sup> Устное сообщение Т. М. Николаевой.

ции не принято выражать прямо, прагматика этого письма была понята ими именно как отказ.

В английской коммуникативной культуре существуют также многочисленные тематические табу, ограничивающие темы общения. Не принято говорить о политике, религии, сексе, то есть касаться тем, которые могут привести к разногласиям, стать причиной спора, также не принято задавать вопросы личного характера, касающиеся семьи, зарплаты, отношений — всего того, что составляет личную жизнь собеседника и касается только его. Подобного рода вопросы могут быть восприняты как излишнее любопытство, вторжение в частную жизнь и нарушение коммуникативных норм. Для представителей русской культуры, у которых также есть тематические ограничения, определить границу личного при общении с англичанами достаточно сложно. Как уже отмечалось, к личным относится даже такой привычный для русских и регулярно задаваемый в транспорте вопрос, как *Вы сейчас выходите?*

Среди коммуникативных запретов, характерных для английской культуры, следует также назвать недопустимость перебивать собеседника, что, как отмечалось, считается грубейшим нарушением норм общения. Одним из строго соблюдаемых коммуникативных правил является так называемое *turn-taking*, согласно которому каждый из коммуникантов говорит строго по очереди. В случае если вы что-то недоговорили, следует дождаться, когда собеседник сделает паузу, предоставив вам слово, а не пытаться сказать что-то вдогонку. В русской коммуникативной культуре, как отмечалось, столь строгого правила организации диалога не существует. Русские коммуниканты легко допускают перебивы и нахлесты начальной фразы одного собеседника на конечную фразу другого, что не мешает процессу коммуникации.

Также к коммуникативным табу можно отнести уже названные нами недопустимость вторжения в личное пространство (как проксемерном, так и вербальном уровне), недопустимость оказания прямого коммуникативного воздействия на собеседника, неконтролируемое проявление эмоций и т. д.

Если обобщить все, чего нельзя делать в английской культуре, то этот список табуированных действий, начинающихся с НЕ может оказаться весьма длинным. Это:

- не приближаться слишком близко,
- не нарушать личного пространства,

не оказывать прямого коммуникативного воздействия, т. е. не употреблять императива,

не говорить прямо о своих желаниях и не навязывать их,

не оказывать давления на собеседника,

не высказывать прямо свое мнение,

не говорить прямо *нет*,

не давать непрошенных советов,

не делать замечаний,

не критиковать,

не угрожать,

не задавать личных вопросов,

не перебивать,

не проявлять свободно свои эмоции и т. д., и т. п.

Все эти запреты легко объяснимы и в обобщенном виде могут быть сформулированы следующим образом: в связи с тем, что важнейшей культурной ценностью англичан является право на личную автономию, при общении с ними нельзя совершать никаких действий, которые ставят под угрозу незыблемость границ этой автономии, другими словами, **НЕЛЬЗЯ ЗАДЕТЬ** своего собеседника **НИ ЖЕСТОМ, НИ СЛОВОМ, НИ ЧУВСТВОМ**, необходимо выстраивать свое поведение так, чтобы не была нарушена его коммуникативная **НЕПРИКОСНОВЕННОСТЬ**.

### 3.8. Стратегии дистанцирования и доминантные черты английского и русского стилей коммуникации

Стратегии вежливости непосредственно связаны с доминантными чертами коммуникативного поведения, которые в целом формируют национальный стиль коммуникации.

Как было показано, английская коммуникативная культура выработала целый комплекс стратегий, направленных на демонстрацию уважения личной автономии собеседника, его зоны независимости (*privacy*), в результате чего важнейшей чертой английского стиля коммуникации, сформированной в результате их реализации, является *дистантность*.

Стратегии дистанцирования наиболее активно реализуются в побудительных речевых актах, представляющих собой угрозу для

коммуникации, так как они связаны с оказанием воздействия на собеседника, направлены на то, чтобы побудить слушающего совершить действие, однако их востребованность в английской и русской коммуникативных культурах различна.

При выражении прагматического значения *Я хочу, чтобы ты сделал это* англичане отдают предпочтение косвенным высказываниям, содержащим вопрос о возможности или желании адресата совершить действие, т. е. на уровне семантики высказывания предлагается выбор — совершать действие или не совершать. Это относится даже к директивным РА, в которых прагматическая опция отсутствует и реально никакого выбора, кроме как подчиниться, у адресата нет. Таким образом демонстрируется уважительное отношение к личной автономии субъекта, независимо от его статуса.

Русские коммуниканты отдают явное предпочтение прямому выражению побуждения. Императивные высказывания являются преобладающими как в директивных речевых актах, так и в недирективных (просьбе, совете, приглашении).

Заметно различие в использовании и других стратегий. Английские коммуниканты часто, особенно в просьбе, выражают сомнение в возможности адресата совершить действие. Русские такую стратегию используют в значительно меньшей степени, в то же время они могут усиливать свою просьбу, что совершенно недопустимо в английской коммуникативной культуре.

Английские коммуниканты проявляют большой интерес к возможности, желанию, заинтересованности адресата в совершении действия, русские чаще выражают свои желания (в просьбе, приглашении), могут интенсифицировать их, еще больше усиливая свое воздействие на адресата.

Таким образом, англичане в большей степени, чем русские, прибегают к «социальным поглаживаниям». Они больше озабочены формой высказываний, для русских более важно содержание.

Регулярное использование данных стратегий вежливости способствует выработке определенных черт стиля коммуникации. Все стратегии вежливости дистанцирования направлены на реализацию одной гиперстратегии — *уменьшайте воздействие на адресата, демонстрируйте уважение к его личной независимости*. Данная гиперстратегия привела к формированию таких доминантных черт английского стиля коммуникации, как коммуникативная неприкосновенность и неимпози-

тивность — недопустимость прямого воздействия на адресата либо сведение его до минимума в тех РА, где это воздействие приходится оказывать.

Важно еще раз подчеркнуть, что дистантность и неимпозитивность пронизывают все сферы общения англичан, включая самые интимные, такие как общение с близкими друзьями, общение в семье, что свидетельствует о том, что зона *privacy* оберегается и здесь:

1.1. *'Hah!' volunteered Mrs. Palmer, as if in triumph.*

*'I beg your pardon, Mummy?'*

*'Nothing, dear. I was only thinking what a funny business it all is in my opinion'* (J. Asher).

2.1. *'I'm going to get up now — can you move your arm?'* (J. Asher) (жена — мужу в постели).

3.1. *Can I have another glass of wine* (молодая женщина в гостях у близкой подруги).

4.1. *Just wonderful if you could give me a tinkle* (сообщение другу на автоответчике).

5.1. *'Sorry to interrupt, darling, but I think the baby's crying. Do you think you could just go and see if she's all right? And perhaps give her some milk? Ooh, and check her nappy?'* (муж — разговаривающей по телефону жене) (John and Liz Soars).

Русскими коммуникантами подобные фразы воспринимаются как неуместные для данных ситуаций, чрезмерно формальные. Близость отношений позволяет игнорировать этикетные формальности при общении с друзьями и членами семьи, уместным является прямой, более естественный и менее церемониальный стиль поведения. Ср.:

1.2. *Что? / Что ты сказала?* (при переспросе).

2.2. *Я хочу встать. Убери, пожалуйста, руку.*

3.2. *Налей, пожалуйста, еще вина.*

4.2. *Перезвони мне, пожалуйста.*

5.2. *Ты что не слышишь? Ребенок плачет. Сходи посмотри, все ли с ней в порядке. Дай молока и проверь пеленки.*

Данные примеры, как и приведенные ранее, свидетельствуют о том, что нейтральный уровень вежливости в английской коммуникативной культуре сдвинут, по сравнению с русской, в сторону формального (высокого), низкий — в сторону нейтрального (среднего), что и определяет важнейшие стилистические различия.

Дистантность и неимпозитивность проявляются в английской коммуникации не только на уровне употребления языковых средств

(ограничение на употребление императива, например) и использования определенных коммуникативных стратегий при выражении тех или иных интенций, но касаются ограничений на ряд речевых актов (запрет, замечание, критика, угроза). Неимпозитивность характерна в английской коммуникации для всех тех ситуаций общения, где затрагиваются интересы адресата и есть угроза вторжения в зону его личной автономии.

Помимо дистантности и неимпозитивности, английский стиль коммуникации характеризуют такие черты, как косвенность, неоднозначность, недоговоренность, некатегоричность, коммуникативный пессимизм, приоритетность формы, ориентированность на собеседника, на сохранение лица. Все эти коммуникативные черты также связаны с рассмотренными выше стратегиями дистанцирования и вырабатываются в результате их регулярного использования.

Отмеченные особенности английского стиля коммуникации полностью отражают английские коммуникативные ценности и соответствуют англо-саксонской культурной традиции, в которой, как отмечает А. Вежбицкая, «подчеркиваются права и автономия каждого человека, которая не терпит вмешательства в дела других людей, которая уважает частную жизнь, одобряет компромиссы и не одобряет любой догматизм... Чего англо-саксонская культура не терпит, так это попыток подчинить своей воле другого человека [Wierzbicka 2003: 30–31].

Для русской коммуникативной культуры в силу ее особенностей стратегии вежливости отдаления, дистанцирования не столь типичны. Они реализуются в меньшем количестве и с меньшей интенсивностью, что позволяет говорить о большей *контактности* в коммуникативном поведении русских, проявляющейся как на невербальном, так и на вербальном уровнях. Оказание прямого воздействия на собеседника в большинстве случаев не является нарушением норм общения. Возможно даже усиление этого воздействия (*Помоги. Очень тебя прошу. / Приходи ко мне на день рождения. Только обязательно*). Данная особенность коммуникативного поведения позволяет говорить об *импозитивности* — допустимости оказания прямого воздействия на собеседника как одной из доминант русского стиля коммуникации. На языковом уровне импозитивность проявляется, прежде всего, в широком употреблении императива, а также в допустимости усиления просьбы, приглашения, что не



воспринимается как нарушение этикетных норм. На коммуникативном — в ограниченном, по сравнению с английской культурой, употреблении стратегий дистанцирования, в достаточно свободном и более частом употреблении импозитивных РА в целом и легком нарушении коммуникативных границ.

Кроме того, для русского стиля коммуникации характерны прямолинейность, однозначность, категоричность, приоритетность содержания, ориентированность на самого говорящего.

Различия в использовании коммуникативных стратегий и, соответственно, в стилях коммуникации объясняются разными принципами вежливости и особенностями социально-культурных отношений и ценностей. Знание этих различий имеет большое практическое значение, их следует учитывать как при переводе, так и в межличностном общении, с тем чтобы уметь адекватно понимать поведение других людей и самим вести себя в соответствии с нормами другой культуры. Интересен в этой связи опыт усвоения русского стиля коммуникации, описанный Ш. Хобсон, где она справедливо отмечает, что словарный запас сам по себе не гарантирует успешной коммуникации, необходимо уметь строить высказывание в соответствии с тональностью русского языка:

Я поняла спустя некоторое время, что изучение русского языка — в такой же степени вопрос адаптации моей интонации, как и накопления словарного запаса. У русских, например, нет ничего похожего на закрученную, извиняющуюся манеру англичан. Если вы начнете так: «Не будете ли Вы столь любезны, чтобы помочь мне, если у Вас есть немного времени, и показать, где может быть почта?» (Would you possibly be so kind as to help me, if you've got a moment, to point out where the post office might be?), русский ... посмотрит на вас так, словно вы сумасшедший. По прошествии некоторого времени я научилась спрашивать просто: «Где почта?». Точно так же русская привычка говорить командным тоном «Дай сигарету!» скоро перестала звучать грубо. И тон, и кроющееся за ним мнение, что богатый сигаретами человек всегда поделится ими с бедным, стали ощущаться совершенно естественными. Мне казалось, что я становлюсь русской; и счастливое, сладостное ощущение потери себя было частью этого процесса [Hobson 2001, цит. по: Вежбицкая 2007: 157].

Как уже отмечалось, умение выражать коммуникативные намерения в соответствии со стилем изучаемого языка относится к высшему уровню коммуникативной компетенции. Для тех, кто не боится «по-

терять себя» и хочет приблизить свое поведение к английскому стилю коммуникации, могут быть полезны следующие рекомендации.

**Коммуникативные правила для русских при общении на английском языке, основанные на вежливости дистанцирования**

Во всех ситуациях, где затрагиваются интересы собеседника, следует придерживаться коммуникативных правил, которые в обобщенном виде можно сформулировать следующим образом:

- Строго соблюдайте дистанцию в общении (как на невербальном, так и вербальном уровне).
- Проявляйте максимум уважения к личной независимости собеседника (его 'privacy').
- Не говорите прямо (императивно) о том, чего вы от него хотите, оформляйте побуждение в виде косвенного высказывания.
- Не оказывайте прямого воздействия на собеседника, даже если вы считаете, что побуждаемое действие в его интересах (приглашение, совет, предложение).
- Используйте разнообразные средства смягчения воздействия.
- Делайте акцент не на свои интересы, а на интересы, возможности и желания партнера.
- Помните, что чем длиннее и «косвеннее» ваше побуждение, тем более вежливо оно звучит.
- Имейте в виду, что если собеседник обращается к вам с вопросом, это может быть не вопрос о ваших желаниях и возможностях, а просьба, приглашение, совет или команда, подлежащая выполнению.
- В случае отказа не говорите категорично НЕТ, смягчайте свой отказ или несогласие.
- Независимо от контекста завышайте уровень вежливости, старайтесь быть «более вежливым», формальным по сравнению с тем, что представляется уместным в русской коммуникативной культуре. Исходите из того, что в общении с англичанами невозможно быть «избыточно вежливым».
- Помните, что для охраны зоны личной независимости собеседника, вторжение в которую считается грубейшим нарушением коммуникативных норм, существует ряд коммуникативных табу, которые следует соблюдать:
  - не давайте советов, если вас не просят;
  - не делайте замечаний;
  - не критикуйте;

- не навязывайте своего мнения;
- избегайте споров;
- не задавайте личных вопросов;
- не вмешивайтесь в разговор;
- не перебивайте.
- Будьте сдержанны как в вербальном поведении, так и невербальном (сдерживайте эмоции, следите за жестами).
- Ведите себя так, чтобы НЕ ЗАДЕТЬ своего собеседника ни жестом, ни словом, ни чувством, строго соблюдайте его коммуникативную НЕПРИКОСНОВЕННОСТЬ.

Следуйте этим правилам, и тогда вы опровергнете существующий стереотип о том, что русские — грубые, невежливые, догматичные, навязчивые, не считающиеся с другими люди. Данные коммуникативные правила помогут приблизить поведение к нормам английской коммуникативной культуры и английского стиля коммуникации, сделать его более предсказуемым и соответствующим ожиданиям партнера.

## Глава 4

# ВЕЖЛИВОСТЬ СБЛИЖЕНИЯ И СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ

### 4.1. Стратегии сближения

Вежливость сближения (*positive politeness*) направлена на сокращение дистанции, на устранение интерперсональных границ, на взаимность, сотрудничество, взаимопонимание, на удовлетворение желания каждого быть замеченным, понятым, услышанным, любимым. По мнению П. Браун и С. Левинсона, лингвистическая реализация позитивной вежливости во многих отношениях представляет собой вербальное поведение близких людей, которые в повседневном общении проявляют интерес друг к другу [Brown, Levinson 1987: 101]. Основываясь на общих знаниях и общем опыте, они обладают информацией об обоюдных обязательствах и взаимных желаниях. Единственное различие, по мнению авторов, заключается в *преувеличении*, являющемся маркером позитивной вежливости и отсутствующем в обычном повседневном общении близких людей.

Вопрос о том, что такое преувеличение, каково его прагматическое значение и почему оно является неотъемлемым компонентом английского коммуникативного поведения, заслуживает особого внимания. В преувеличении, как известно, содержится элемент неискренности. Именно поэтому постоянно преувеличивающие англичане в глазах русских кажутся неискренними. Чтобы понять природу данного стереотипа и увидеть его ложность, следует рассматривать отдельно семантику и прагматику высказывания.

Элемент преувеличения содержится в семантике речевой формулы, однако, так как ее основная функция — «удовлетворить позитивное лицо» партнера по коммуникации, в прагматическом аспекте она не может считаться неискренней. Прибегая к преувеличению, коммуникант стремится к достижению именно прагматического результата — «Я хочу, чтобы тебе было приятно» (*I want you to feel good*), и в этом желании он вполне искренен. Так, в высказывании *'How absolutely marvelous! I simply can't imagine how you manage to keep your roses so exquisite, Mrs B.'* говорящий преувеличивает свой интерес к розам, и в этом преувеличении содержится элемент неиск-

кренности, однако в имплицативном смысле этого высказывания кроется искреннее желание говорящего сделать приятное собеседнице (см. [Brown, Levinson 1987: 101]). Говоря со всеми, даже с незнакомыми, языком, на котором обычно говорят с близкими людьми, говорящий как бы расширяет зону интимности, втягивая в нее собеседника. Его метафорические высказывания являются своего рода демонстрацией желания стать ближе к слушающему.

Стратегии позитивной вежливости П. Браун и С. Левинсон называют своего рода «социальным ускорителем (катализатором)» (*'social accelerator'*), используя который коммуниканты сокращают разделяющую их дистанцию.

Существует мнение, что в культурах индивидуалистического типа коммуниканты делают больший акцент на стратегии негативной вежливости, т. е. основной целью является демонстрация уважения к личной автономии собеседника, соблюдение дистанции, в то время как стратегии позитивной вежливости, стратегии сближения, более характерны для культур коллективистского типа (см., например, [Sifianou 1992]). По нашим наблюдениям и по результатам проведенных эмпирических исследований, оба типа стратегий, выделенных П. Браун и С. Левинсоном, в большей степени характерны для английского коммуникативного поведения, чем для русского.

Чтобы понять особенности коммуникативного поведения англичан и русских, связанных со стратегиями сближения, важно различать рассмотренные нами выше понятия эмоциональной коммуникации и эмотивной коммуникации. Первая, напомним, имеет отношение к неконтролируемому естественному проявлению эмоций, вторая определяется нами как целенаправленная демонстрация эмоций в стратегических целях.

Существует много способов того, как речевыми средствами сократить дистанцию между партнерами по коммуникации. П. Браун и С. Левинсон называют пятнадцать таких стратегий [Brown, Levinson 1987: 101–128], которые, по их мнению, не только являются наиболее типичными для английской коммуникации, но и носят универсальный характер.

Другие исследователи, как например Рон и Сюзанна Сколлон, более осторожны в утверждении универсальности данных стратегий и отмечают, что они дают лишь общую идею о том, что представляют собой подобные стратегии [Scollon, Scollon 2001: 50]. В качестве примера они выделяют десять стратегий, направленных на сбли-

жение партнеров по коммуникации, называя их *involvement strategies* (стратегии вовлечения).

Обобщая данные стратегии, назовем важнейшие из них:

**Замечайте слушающего, уделяйте внимание ему, его интересам, желаниям, потребностям и т. д.** (Notice, attend to Hearer, his interest, wants, needs, goods).

**Преувеличивайте (интерес, одобрение, симпатию к собеседнику).** Exaggerate (interest, approval, sympathy with H).

**Демонстрируйте подчеркнутый интерес к слушающему** (Intensify interest to Hearer).

**Подтверждайте общую точку зрения, общее мнение, отношение, знание, эмпатию** (Claim common point of view, opinions, attitudes, knowledge, empathy).

**Ищите согласия** (Seek agreement).

**Избегайте разногласия** (Avoid disagreement).

**Будьте оптимистом** (Be optimistic).

**Допускайте и утверждайте взаимность** (Assume and assert reciprocity).

**Включайте и говорящего, и слушающего в действие** (Include both Speaker and Hearer in the activity).

**Дарите подарки слушающему** (Give gifts to Hearer — goods, sympathy, understanding, cooperation).

**Используйте маркеры внутригрупповой принадлежности** (Use in-group identity markers).

**Обращайтесь по имени** (Use given names and nicknames).

**Используйте язык, на котором говорит собеседник** (Use Hearer's language or dialect).

**Будьте разговорчивы** (Be voluble).

Как видим, некоторые стратегии пересекаются (как например, «преувеличивайте интерес» и «демонстрируйте подчеркнутый интерес»; «подтверждайте общую точку зрения» и «утверждайте взаимность»), в некоторых случаях наблюдается объединение чисто поведенческих стратегий (дарите подарки в буквальном смысле) и речевых (дарите подарки в виде симпатии и понимания). Как и в случае вежливости дистанцирования, здесь можно выделить общую стратегию — сближение с адресатом — и ряд тактик (преувеличивайте интерес, будьте оптимистом и т. д.), с помощью которых эта стратегия реализуется, однако вслед за авторами, выделившими эти стратегии, будем придерживаться их терминологии.

Рассмотрим некоторые из перечисленных стратегий, которые в наибольшей степени характерны для повседневных ситуаций общения и имеют особое значение для сопоставительного анализа.

Замечайте слушающего, уделяйте внимание ему, его интересам, желаниям, потребностям и т. д. Данную стратегию, стоящую первой в перечне стратегий позитивной вежливости, выделенных П. Браун и С. Левинсоном, следовало бы уточнить следующим образом: замечайте окружающих и уделяйте внимание им. Такое уточнение представляется целесообразным, поскольку англичане широко применяют ее не только к своим собеседникам, но и ко всем, с кем они встречаются на улице, в транспорте, в магазине и т. д.

Внимание к окружающим как особенность коммуникативного поведения проявляется в том, что часто незнакомые люди здороваются друг с другом; при входе или выходе предупредительно придерживают дверь, находясь при этом на достаточно большом расстоянии друг от друга; с готовностью выказывают желание помочь, если видят, что вы заблудились; по возможности рады проводить вас до места, а не ограничиваются долгими описаниями маршрута и т. д. Как уже отмечалось, зона, на которую распространяется внимание англичан, их коммуникативное пространство, шире, чем у русских.

Тот факт, что внимание к собеседнику является одной из черт английского коммуникативного поведения, находит отражение в лексической системе английского языка. Так, например, английский словарь предлагает несколько прилагательных со значением «внимательный к кому-либо» — *considerate, thoughtful, obliging, kind*, «заботливый» — *careful, thoughtful, considerate, solicitous* [РАС].

Сфера употребления английских прилагательных со значением *внимательный, заботливый* шире, чем русских. Они часто употребляются в ситуации благодарности для выражения оценки действий, качеств собеседника. Несовпадение употребления данных прилагательных в английской и русской коммуникации проявляется в следующих примерах:

*Thank you very much for your presents. That's very kind and thoughtful of you* (благодарность за подарки).

*Thank you very much. It was thoughtful of you to call* (благодарность за звонок).

В английской коммуникации в ситуации благодарности собеседники чаще оценивают качества друг друга, а не действия, что прояв-

ляется в наличии в английском языке ряда оценочных отглагольных прилагательных, не имеющих своих буквальных эквивалентов в русском: *thoughtful, helpful, supportive, welcoming*.

Английская формула благодарности *Thank you very much, you've been so helpful and supportive* может соответствовать русской фразе *Большое спасибо за помощь и поддержку* или *Большое спасибо, вы мне очень помогли*. При этом, если в русской коммуникации такая фраза следует в ответ на реально оказанную помощь или поддержку, в английском общении достаточно того, что адресат выслушал вопрос или просьбу адресанта и проявил к ней интерес.

Постоянная демонстрация внимания к собеседнику, являющаяся характерной чертой английского коммуникативного поведения, проявляется в том, что англичане, по сравнению с русскими, чаще здороваются, чаще извиняются, чаще благодарят. *Thank you* и *Sorry* слышатся повсюду, порой, на первый взгляд, беспричинно, что удивляет русского наблюдателя, привыкшего к тому, что подобные коммуникативные действия совершаются главным образом тогда, когда для этого есть видимый повод. Здороваясь, англичане обычно сопровождают приветствие формулой *'How're you'*, что также является внешним знаком внимания к адресату. В прагматическом плане она представляет собой не столько вопрос о состоянии здоровья или дел адресата, сколько знак признания его существования и значимости, способ проявления внимания к нему.

При прощании англичане очень часто сопровождают реплику прощания пожеланием (*Have a nice day / Have a relaxing afternoon / Have a great evening / Have a lovely week-end*), что также является знаком внимания к адресату, или такими репликами, как *Take care / Take it easy*, которые практически утратили свою семантику, что подтверждается возможностью их употребления незнакомыми людьми. Их прагматическая функция — сказать что-то приятное адресату на прощание, продемонстрировать интерес к нему.

Подчеркнутое внимание к собеседнику проявляется также во многих других речевых актах (оценке, комплименте, благодарности), которые будут рассмотрены ниже в связи с другой стратегией позитивной вежливости — преувеличением.

Преувеличивайте (интерес, одобрение, симпатию к собеседнику). Преувеличение является одной из важнейших особенностей английского коммуникативного поведения. Это касается как лексической гиперболы (*'it's absolutely unbelievable'*), которая называется



среди основных черт английского разговорного языка [Carter, McCarthy 1997: 35], так и повторов, использования интенсификаторов, употребления экспрессивных оценочных прилагательных и глаголов порой в самых прозаичных ситуациях общения.

Среди часто употребляемых интенсификаторов, или маркеров усиления (в английской терминологии — *upgraders*) — *such, so, very, really, terribly, awfully, frightfully, absolutely, extremely (I'm terribly sorry about that / I'd be extremely grateful)*.

Преувеличение, или использование стратегии переоценки (*upgrading strategy*), проявляется в широком употреблении экспрессивных эмоционально-оценочных единиц (*great, excellent, perfect, gorgeous, wonderful, brilliant, superb, fantastic, fabulous, marvelous, divine, ravishing, enjoyable, delighted* и др.), которые часто, как уже отмечалось, выступают в оценочной функции и употребляются в ином значении: *happy* (счастливый) — в значении *рад, доволен, удовлетворен*; *unhappy* (несчастный) — в значении *недоволен, delighted* (восхищенный) — в значении *счастлив, рад*; *enjoy* (наслаждаться), *love* (любить) — в значении *нравиться, flourish* (процветать) — в значении *быть в добром здравии, не иметь проблем*. Следует иметь в виду, что в подобных случаях, как отмечалось, эмоционально-оценочные лексемы выражают не эмоциональное состояние, а отношение.

Данная особенность, как отмечалось, проявляется не только в разговорной речи, но и в официально-деловой, для которой также характерны экспрессивные эмоционально-оценочные лексемы: *I am delighted that you are considering studying at Oxford House College* (из письма приемной комиссии колледжа); *Thank you for applying to use Banking 365 Online. I am delighted to welcome you as a new customer* (из письма отдела по обслуживанию клиентов банка); *I checked with the listing agent and they are happy that this rule has been addressed* (из делового письма); *The seller is happy to discuss terms for the furniture and fittings if you are interested*.

С точки зрения русских коммуникативных норм стратегия переоценки используется в письменных обращениях и в заключительных фразах писем. Так, стандартной формулой обращения, как в личной переписке, так и официальной, включая незнакомых лиц, является формула *dear* (*дорогой*) + имя, фамилия или титул адресата [Hunter 1994: 17]: *Dear Ann / Dear Granny / Dear Mrs Smyth / Dear Prof Smyth / Dear supervisor / Dear Sir / Madam*.

Таким образом, прилагательное *dear* соответствует русским *дорогой, милый, уважаемый, глубокоуважаемый*. В русской коммуникации существует четкое разделение данных формул: *дорогой, милый* — при обращении к близким, *уважаемый, глубокоуважаемый* — при официальных отношениях. Данные различия свидетельствуют об использовании в официальной переписке разных стратегий в двух коммуникативных культурах: стратегий сближения, стирания границ — в английской коммуникации и, напротив, стратегий почтения, дистанцирования — в русской.

Английские официальные письма обычно завершаются формулой *Yours sincerely* (искренне ваш) или *Yours faithfully* (преданно ваш), русские — *С уважением*. Очевидно, что английские речевые формулы являются семантически опустошенными, поскольку заверение в искренности, в преданности невозможно по отношению к лицам, разделенным статусной или социальной дистанцией, часто незнакомым. Формулой *Yours faithfully* (преданно ваш) заканчиваются письма, адресованные не просто незнакомым, а тем, чьи имена неизвестны автору письма. Русская формула является почтительно дистантной, то есть наблюдается совпадение ее семантики и прагматики.

Такие формулы, как *With best wishes, Best wishes* также типичны для официальной переписки между корреспондентами, разделенными большой дистанцией (они широко употребляемы и в неофициальной переписке). В русской коммуникации эквивалентные в семантическом отношении формулы употребляются при более близких отношениях.

Та же тенденция прослеживается и в формулах завершения, когда отношения между корреспондентами являются неформальными. Такие формулы, как *Love / Love to you all / Lots of love / Much love* типичны для завершения писем, адресованных друзьям, хорошим знакомым, отношения с которыми не являются глубоко интимными. В русской коммуникации их приблизительные семантические эквиваленты — *С любовью / С нежностью и любовью / Любящий тебя* — возможны только при глубоко личных отношениях (между влюбленными, супругами, родителями и детьми и т. п.). Для других случаев более характерно сдержанное *Пиши. Жду*.

Подчеркнутое внимание, симпатия к собеседнику с элементом преувеличения проявляются также в том, что завершающие реплики являются, как правило, более многословными, чем принято в русской коммуникации. Примеры из писем друзей:

*Take care. Much love. D.*

*Hope all is well with you all and thank you once again for your very generous hospitality. B.*

*Still thinking of you and hoping all is well with you all. Best wishes. S. Sending you my very best wishes. Take care. Lots of love. C.<sup>1</sup>*

Такая конвенциональная формула, как *Look forward to hearing from you soon* (*look forward* — предвкушать (что-л.); ожидать (чего-л. с удовольствием) [БАРС]), также является широко употребляемой как в официально-деловой, так и в личной переписке и не зависит от степени интимности коммуникантов. Близкая по значению русская формула *С нетерпением жду ответа* характерна главным образом для личной переписки и не типична для деловой.

Преувеличение как стратегия вежливости широко используется в различных речевых ситуациях. Особенно часто, по нашим наблюдениям, оно встречается в оценке, благодарности, извинении и, конечно, в комплименте, для которого преувеличение является характерной чертой:

*I am sorry. I am so terribly sorry* (извинение за опоздание).

*Thank you very much for your generous hospitality. You are so kind. I really do appreciate that* (выражение благодарности).

*The party was a spectacular success, the yacht is superb, and the diamond necklace looks gorgeous* (B. Bradford) (оценка празднования дня рождения и подарков).

*That's absolutely fantastic. Your performance was brilliant. I really enjoyed it* (комплимент, оценка игры).

В данных примерах преувеличение проявляется как в качественных, так и количественных характеристиках высказываний: лексические суперлативы (*fantastic, brilliant, generous, spectacular, superb, gorgeous*), интенсификаторы, усиливающие семантику прилагательных (*terribly, absolutely, really, so, do*), глагол с эмоциональным семантическим компонентом (*enjoyed*), комбинация данных языковых средств в рамках одной реплики, выражение одного коммуникативного намерения при помощи нескольких реплик. Сочетанием данных лексических и синтаксических средств (лексических гиперболических и повторов) достигается высокая экспрессивность и гиперболизированность высказываний. Прагматическая функция подобной гипер-

<sup>1</sup> Более многословное, по сравнению с русским, прощание характерно и для устной коммуникации, что будет продемонстрировано отдельно.

болизации — проявить внимание к собеседнику, подчеркнуть интерес к нему, оказать коммуникативную поддержку, продемонстрировать свою симпатию.

Данная стратегия может быть использована многократно в относительно коротком тексте. В качестве примера приведем ответ на рождественское поздравление, полученный по электронной почте (стиль электронного письма отличается, как правило, большей краткостью и информативностью):

*Dear T,*

*I return your greetings most cordially.*

*Thank you very much for staying in touch and for the gifts that you have lavished upon me!<sup>2</sup>*

*I trust all is well with you and that your research is flourishing.*

*I wish you and yours the happiest of Christmases and a wonderful New Year.*

*Warmest regards, D.*

Текст письма приводится здесь без сокращений, таким образом, мы видим, что в каждой из пяти фраз содержатся суперлативные единицы: прилагательные (*most cordially, happiest, warmest*), глаголы (*flourish* — процветать; *lavish* — щедро раздавать), что делает его стиль эмоциональным и экспрессивным.

Дарите подарки слушающему. Данная стратегия объединяет перечисленные выше стратегии. Смысл ее сводится к тому, что, подобно улыбке, которой англичане щедро одаривают окружающих, их реплики, обращенные к собеседникам, также представляют собой своеобразные коммуникативные подарки. Этими подарками являются и постоянно оказываемое партнеру внимание, и преувеличенный интерес ко всему, что связано с ним: комплименты, эмоциональная оценка, многократные выражения благодарности — все, что способствует реализации гиперстратегии позитивной вежливости: *Я хочу, чтобы тебе было приятно (I want you to feel good).*

Будьте оптимистом (*be optimistic*). Как уже отмечалось, в английской культуре ценится оптимизм в общении. Прежде всего это проявляется в ответных репликах на вопрос о состоянии, самочувствии (*How're you? / How're things? / How is it going?*), которые являются не столько вопросом о состоянии партнера по коммуникации, сколько приветствием. Как отмечает Дж. Лич, ответ на этот вопрос должен быть кратким и позитивным, а не длинным и негатив-

<sup>2</sup> Речь идет о скромных сувенирах.

ным [Leech 1983: 198]. Наиболее типичными являются следующие реплики: *(I'm) well / I'm very well / (I'm) fine / I'm really very well / (I'm) very well indeed / (I'm) great / I'm grand (IrE.)*. Данные оптимистичные ответы обязательно сопровождаются жизнерадостной улыбкой и приподнятой интонацией.

Они являются настолько автоматическими, что их можно услышать от людей, находящихся в весьма драматичных и даже трагических ситуациях, что свидетельствует о практически полной семантической опустошенности данных речевых формул. Яркой иллюстрацией данной коммуникативной особенности является эпизод в романе Дж. Ашер, где главный герой узнает о смерти жены:

*He stopped, still watching, spellbound, then bent over and slumped into one of the chairs that lined the corridor and put his head in his hands. A passing nurse stopped and came over to him, leaning down to put a hand on his arm.*

*'Are you all right? Can I help you?'*

*'I'm fine,' Michael gasped, leaning his head back against that wall, and trying to catch his breath. 'Yes, thank you, I'm fine' (J. Asher).*

Похожий пример из кинофильма: молодая женщина во время деловой встречи получила известие о смерти матери:

*'Are you all right?'*

*'Yes'.*

*'Are you sure?'*

*'I'm fine... (после некоторого колебания, с трудом сдерживая слезы) I'll be fine.'*

После получения печального известия:

*'Are you all right? You're as white as anything.'*

*'Yes... I had a bad dream, that's all.'* (B. Bradford)

Две сестры после серьезной ссоры одной из них со своим мужем:

*'Is something wrong at home?'*

*'No, no, nothing like that. Everything's fine.'*

Женщина упала на улице:

*'Are you hurt?'*

*'I'm perfectly fine.'*

Ответ на письмо-соболезнование по случаю смерти бабушки:

*Thanks for your condolences for my Nana, do not worry, everything is fine, and I have enjoyed Easter a lot (из личной переписки).*

Прагматическое значение данных формул, думается, можно трактовать следующим образом: «Спасибо за интерес ко мне, я очень

*благодарна и в свою очередь никогда не огорчу тебя своими проблемами, к тому же моя жизнь касается только меня».*

Положительный ответ адресата соответствует коммуникативным ожиданиям говорящего, который иногда сам не скрывает своей уверенности в том, что адресат ни в коем случае не будет обременять его своими проблемами: *I trust all is well with you* (из письма). Русские коммуниканты в данной ситуации могут употребить глагол *надеюсь* (глагол *hope* также очень часто используется в английских письмах), но чаще побуждают адресата написать о себе: *Как дела? Что нового? Пиши. Жду.*

Ответные реплики русских коммуникантов на вопрос *Как дела?* часто менее оптимистичны. Наряду с наиболее ритуальной формулой *Хорошо, спасибо* широко употребляемыми являются: *Нормально / Как всегда / Ничего особенного / Похвастаться нечем / Неважно / Так себе / Лучше не спрашивай / Хуже некуда* и др.

Таким образом, семантика и прагматика английского вопроса *How are you?* и ответных реплик на него совпадают в меньшей степени, чем у его русского эквивалента. *How are you?* является формулой приветствия и предполагает оптимистичный ответ либо отсутствие ответной реплики вовсе. *Как дела?* — приветствие-вопрос, ответ на который обязателен, при этом выбор ответной реплики в неформальной ситуации общения чаще всего зависит от реального состояния адресата (хотя в последнее время и в русской коммуникации наблюдается тенденция отвечать на вопрос *Как дела?* формально, чаще всего нейтрально).

Данное различие объясняется разными культурными ценностями. В английской коммуникации ценятся внимание к собеседнику и жизненный оптимизм. Отсюда и выбор соответствующих стратегий: демонстрация заинтересованности в собеседнике (*How're you?* — как обязательный элемент приветствия) и проявление оптимизма (*I'm fine*). В то же время ценится личная автономия, не принято делиться с собеседником своими проблемами и неприятностями и обременять ими других.

В русской коммуникации предпочтение отдается другой культурной ценности — искренности и правде. Делясь своими проблемами, русские люди рассчитывают на поддержку и солидарность.

**Подтверждайте общую точку зрения, общее мнение, отношение, знание, проявляйте эмпатию.** Цель данной стратегии — поддержание гармонии в общении с партнером, улучшение взаимопо-

нимания. В процессе общения собеседники стремятся показать друг другу единство взглядов, чувств, отношений, подтвердить то, что у них одинаковый взгляд на те или иные события, одинаковое отношение к ним, они испытывают одни и те же чувства, и оба знают о существующей между ними взаимности и взаимопонимании.

Некоторые примеры:

1) между бывшими супругами:

*'We lost the baby but that was to be expected.'*

*'I am sorry.'*

*'Yes, I know you are'* (M. Binchy).

2) два друга после пожара в гостинице:

*'I understand what this particular hotel meant to you. I'm so very sorry. I'll do anything I can to help you.'*

*'Thanks, Philip. I'll build it again.'*

*'I know you will'* (B. Bradford).

3) между бывшими супругами:

*'You kept me out of his life. Better keep me out of his death as well.'*

*'I am sorry, Harry.'*

*'I know. So am I'* (R. Goddard).

4) между друзьями и деловыми партнерами:

*'I've always valued our friendship, as long as our long-standing business relationship.'*

*'Thanks. I feel the same way'* (B. Bradford).

В целях достижения большего взаимопонимания английские коммуниканты часто переспрашивают собеседника. Возможно, это делается, чтобы убедиться в достоверности полученной информации или чтобы дать ему шанс вслед за вежливым ответом высказать свои истинные желания, потребности, чувства:

1) *'Would you like some more wine?'*

*'No, thanks. I think it's enough.'*

*'Are you sure?'*

2) *'Are you OK?'*

*'Yes, I am fine.'*

*'Are you sure?'*

На грамматическом уровне средством реализации рассматриваемой стратегии служат расчлененные вопросы (tag questions), которые являются одной из особенностей современного разговорного языка. Данные вопросы не обязательно требуют ответов, они используются для установления общей точки зрения, подтверждения сход-

ства во взглядах, мнениях, а также сигнализируют о том, что говорящий допускает возможность существования другого мнения [Wierzbicka 1991: 40; Carter, McCarthy 1997: 17]: *He isn't coming, is he? / Lovely day, isn't it? / The flowers are gorgeous, aren't they?*

Данная стратегия в большей степени характерна для английской коммуникации, чем русской. Причина этого, как представляется, опять же кроется в типе культуры и характере отношений между членами общества. Живя в коллективе, русские люди исторически имели больше общего и в большей степени были осведомлены о взглядах, отношениях, чувствах друг друга. Не было необходимости в столь частой демонстрации общности взглядов и эмпатии, как в приведенных выше примерах.

Еще одним примером того, что англичане часто заверяют друг друга в своих чувствах, является обмен такими фразами, как *'I love you' — 'I love you too'*, которые типичны для повседневного общения (часто телефонного разговора) между людьми, находящимися в близких отношениях (супругами, друзьями, детьми и их родителями, братьями и сестрами и т. д.):

1) муж — жене:

*'Oh, God I love you so much, Maddy. I don't believe I can ever tell you exactly how much you mean to me.'*

*'Mmm, that's lovely. I love you too'* (B. Bradford).

2) дочь — матери (перед уходом ко сну):

*'Mom. I love you.'*

*'I love you too.'*

В русском общении люди говорят о любви значительно реже и чаще всего в драматические моменты своей жизни. Фраза *Я люблю тебя* скорее является элементом эмоциональной коммуникации, чем эмотивной, и может быть произнесена один раз в жизни. В английском же общении, напротив, очевидна определенная семантическая опустошенность данной речевой формулы, которая является элементом фатической коммуникации и используется собеседниками не с целью выражения своих эмоций, а в стратегических коммуникативных целях как способ подтверждения взаимной расположенности друг к другу.

**Используйте маркеры внутригрупповой принадлежности.** На наш взгляд, такие стратегии, как *Обращайтесь по имени (Use given names and nicknames)* и *Используйте язык, на котором говорит собеседник (Use Hearer's language or dialect)*, являются субстратегия-



ми по отношению к вышеназванной, поскольку служат той же цели — направлены на демонстрацию внутригрупповой принадлежности.

**Обращайтесь по имени.** Среди многочисленных способов подтверждения внутригрупповой принадлежности в первую очередь П. Браун и С. Левинсон называют формы обращений. Современные английские обращения отличаются крайней неформальностью, что связано с процессом демократизации общества, характерным для последних десятилетий. Если еще несколько десятков лет назад большое значение придавалось формальности в общении, подчеркиванию дистанции, демонстрации почтительности, то в современном английском обществе приветствуется не формальность отношений, а демонстрация равенства каждого члена. Этой цели и служит данная стратегия вежливости.

Обращаясь друг к другу по имени, коммуниканты подчеркивают свою принадлежность к одной и той же группе, отрицая таким образом наличие какой бы то ни было дистанции между ними, как социальной, так и статусной.

Обращение по имени в современном английском языке стало приемлемым в следующих отношениях: дети — взрослые (их дяди, тёти, соседи, друзья родителей, дедушки, бабушки и т. д.), студенты — преподаватели, подчиненные — их руководители. Так, если школьники, все еще, следуя традиции, используют формулы обращения *Miss, Sir* (хотя некоторая неформальность прослеживается и здесь, например в приветствии '*Hi, Miss*', '*Hi, Sir*'), то студенты по отношению к преподавателям свободно используют обращения по имени: '*Hi, Sarah*', '*Hello John*'. Восемнадцатилетняя секретарша обращается к 60-летнему профессору, заведующему кафедрой с приветствием '*Hi, David*'. Бывший директор школы, на вопрос, как обращаются к нему школьники после его ухода на пенсию, ответил: '*Now they call me Vincent*'. Формулы обращения *Sir, Madam*, которые ещё недавно использовались для выражения почтительного отношения в ряде ситуаций, практически вышли из употребления и в настоящее время используются главным образом при обращении школьников к учителю, а также в сфере обслуживания.

Обращение по имени в английской коммуникации стало ярким показателем равенства коммуникантов и используется, невзирая на статус и возраст собеседников.

В русской культуре, которая характеризуется большим уровнем статусной дистанции, обращение по имени к человеку, старшему по

статусу или возрасту, является неприемлемым. Оно считается фамильярным и не допускается нормами речевого этикета<sup>3</sup>. Для демонстрации уважительного отношения к старшим в русском языке существуют местоимение *Вы* и имя-отчество.

Другим средством демонстрации внутригрупповой принадлежности являются в английской коммуникации уменьшительные имена. При обращении к детям, друзьям, родственникам, знакомым в английском языке, как и в русском, широко употребляемыми являются уменьшительные имена, которые представляют собой сокращенные формы полных имен: *Herb (Herbert), Phil (Philip), Sid (Sidney), Bill (William), Bert (Albert), Dave (David), Sam (Samuel), Lisa (Elizabeth), Jenny (Jennifer)*, а также имена с уменьшительными суффиксами *Eddie, Teddy, Elsie, Betsy* и др.

П. Браун и С. Левинсон делают следующее предположение относительно причины употребления сокращенных имен: *It seems that to contract is to endear, perhaps because of the association with smallness, perhaps partly because of the contrast with negative politeness where one tries to increase the metaphorical size of the hearer* [Brown, Levinson 1987: 112].

Английские имена собственные с уменьшительными суффиксами, скорее, являются элементами эмотивной коммуникации, а не эмоциональной, и их основная функция — сближение с собеседником, демонстрация отсутствия дистанции.

Эту же функцию выполняют такие обращения, как *'mate', 'buddy', 'pal', 'honey', 'dear', 'luv', 'babe', 'cutie', 'sweatheart', 'guys', 'fellas'* и другие. Подобные формы обращения, употребляемые в побудительных речевых актах, снижают императивность высказывания (*Come here, mate*) и указывают на то, что говорящий считает свою власть, разницу в статусе между ним и адресатом незначительной [Brown, Levinson 1987: 108]. Таким образом команда, даже если она обращена к детям, превращается в просьбу: *Bring me your dirty clothes to wash, honey/darling/Johneey*.

Под стратегией «используйте язык, на котором говорит собеседник», также направленной на демонстрацию внутригрупповой принадлежности, авторы имеют в виду, в первую очередь, использование диалектных слов, жаргона, местной терминологии — того, что

<sup>3</sup> Хотя в последнее время и в русской культуре постепенно намечаются те же процессы, которые происходят в английском общении (см. [Ларина 2006]).

является 'in-group code language' [Brown, Levinson 1987: 124]. Сюда же относится и ненормативная лексика (swear words), рассмотрению которой будет посвящен отдельный параграф.

## 4.2. Национально-культурные особенности английского и русского коммуникативного поведения в экспрессивных речевых актах

Как и стратегии дистанцирования, стратегии сближения также связаны с определенными речевыми актами. В данном случае это, главным образом, экспрессивные РА: благодарность, извинение, приветствие, прощание, комплимент, похвала, поздравление и др., т. е. это те РА, в которых говорящий выражает свои чувства и отношение к происходящему [Searle 1976]. Дж. Лич называет такие РА вежливыми по своей природе ('intrinsically polite') [Leech 1983: 106]. Действительно, через них говорящий проявляет свое внимание к собеседнику, информирует о том, что его видят, узнают, уважают, любят, ценят. Хотя опять-таки степень проявляемого внимания, считающаяся вежливой, в разных культурах может варьировать. Сопоставительный анализ английского и русского коммуникативного поведения в перечисленных РА свидетельствует о том, что англичане чаще, чем русские, оказывают друг другу ритуализированные знаки внимания, дарят коммуникативные подарки.

### 4.2.1. Приветствие

Приветствие играет важную роль в общении. Оно выполняет несколько функций. Прежде всего — это установление контакта, знак того, что тебя заметили, сигнал социальной солидарности. В зависимости от средств реализации приветствие показывает, какую социальную роль участники коммуникации отводят друг другу, в каких отношениях они находятся. С приветствия начинается общение, оно определяет его тональность. Также приветствие снимает потенциальную враждебность молчания в ситуациях, где предполагается вербальное общение.

Несмотря на универсальный характер данного речевого акта, в нем прослеживается много национально-культурных особенностей, в том числе и в приветствии русских и англичан.

В английском приветствии ярко проявляется такая черта английского коммуникативного поведения, как постоянная демонстрация внимания, интереса, симпатии к собеседнику. В приветствии часто совершаются три типа речевых действий, в результате чего можно выделить три части: непосредственная формула приветствия (*Good morning / Good afternoon, Hello*), обращение (*Mr. Bramble, William, Bill*) и элементы фатической коммуникации (или 'small talk'), которые являются яркой особенностью английской коммуникативного поведения (*Lovely day, isn't it / Good to see you / Nice party*).

Английские формулы приветствия отличаются демократичностью. Такие формулы, как *Good morning / Good afternoon / Good evening* имеют оттенок формальности и в большей степени характерны для официального стиля общения (Ср. русские формулы *Доброе утро, Добрый вечер*, которые могут употребляться и в неформальных контекстах). Их менее формальными вариантами являются усеченные формулы 'Morning', 'Afternoon', 'Evening', которые употребляются в неформальной обстановке и часто сопровождаются именем адресата: *Morning, Ted / Afternoon, Sam / Evening, Janet*. При обращении к группе знакомых людей (к друзьям, ученикам, студентам, соседям и т. д.) используется приветствие *Morning lads / guys / folks*.

Сфера употребления приветствия 'Hello' в последнее время заметно сузилась. Чаще всего оно употребляется как знак начала общения, то есть за этим приветствием предполагается дальнейший разговор, а также как приветствие по телефону. 'Hi', напротив, расширило сферу употребления и за последние 20 лет из фамильярной формулы приветствия, употреблявшейся в основном молодежью (см. [Laver 1981: 300]), стало нейтральной. Оно уже не может переводиться в справочниках по этикету как эквивалент русского *Привет*, которое используется как приветствие хорошо знакомых людей и сигнализирует о близости отношений. При помощи формулы 'Hi' здороваются коллеги, секретарь может поприветствовать так своего начальника, студент — преподавателя, школьник — учителя. В русской коммуникации в подобных ситуациях общения общеупотребительным является приветствие *Здравствуй(те)!*

В английской коммуникации существует и такая формула приветствия, как 'Hi-ya', которая образовалась в результате слияния двух формул 'Hi' и 'How're you'. Она не имеет семантического значения вопроса о состоянии адресата, и ответ на нее не предполагается. Данная формула часто сопровождается именем адресата: *Hi-ya, Tim*.

Как считает Ч. Фергюсон, приветствие *Hi-ya* образовалось в результате сокращения формулы *How're you* и в свою очередь сократилось до *Hi*, которое в настоящее время мало кем воспринимается как производное от *How're you* [Ferguson 1981: 33]. То есть трансформация данных формул происходила следующим образом: *How're you* → *Hi-ya* → *Hi*.

Приветствие проходящего мимо знакомого может быть сведено всего лишь к произнесению его имени: *Tom / Ann / Eddie*. Подобное приветствие является наименее формальным.

Таким образом, прослеживается следующая тенденция: чем более кратким является приветствие, тем оно менее формально: *Good morning, Tom* → *Morning, Tom* → *Tom*.

За формулами приветствия обычно следуют такие формулы фатической коммуникации, как: *'How're you?', 'How are you getting on?', 'How are you keeping?', 'How've you been keeping?', 'How's life?', 'How're things?', 'How's the family?', 'What's new?', 'Are you well?', 'Lovely day, isn't it?', 'Nice day', 'What weather'* и другие. Данные формулы могут как сопровождать приветствие, так и заменять его. Эксплицитная формула приветствия не является обязательной.

В отличие от русской коммуникации, где приветствие также сопровождается репликами, представляющими собой вопрос о состоянии партнера (*Как дела? / Что нового? / Как жизнь?*), английские формулы являются в большей степени конвенциональными и семантически опустошенными.

Одним из самых ярких примеров семантической опустошенности является формула *How're you*, которая из вопроса о состоянии собеседника превратилась в формулу приветствия. Исследователи, обращающие внимание на этот факт, называют формулу *How are you?* сигналом признания партнера [Berger, Bradac 1982: 82]. Н. Хикерсон отмечает, что *'How are you', 'How's it going'* — это не столько вопрос о состоянии здоровья или дел адресата, сколько признание его существования и значимости [Hickerson 2000: 203]. Другими словами, обращаясь к адресату с данной речевой формулой, говорящий показывает, что он заметил его и что тот для него важен, при этом намерения выслушивать достоверный ответ у него нет. В качестве примера буквального понимания ее значения приводится старая шутка:

A: *How are you?*

B: *I have bursitis; my nose is itching; I worry about my future; and my uncle is wearing a dress these days* [Berger, Bradac 1982: 82].

Таким образом, две синтаксически самостоятельные реплики *Hi! How're you* представляют собой единое целое, одну коммуникативную единицу. Они произносятся автоматически, и в ответ не предполагается, что адресат будет рассказывать о своих делах.

Русский эквивалент *Как дела?* также очень часто сопровождает формулы приветствия, однако он в некоторой степени сохранил свою семантику и предполагает ответ собеседника. Предпочтительным является краткий ответ, однако при более близких отношениях данный вопрос зачастую понимается буквально и сопровождается подробной информацией о самочувствии и жизни собеседника, что делает церемонию русского приветствия более длинной по сравнению с английской. Также эксплицитное приветствие может сопровождаться такими речевыми формулами, как *Что нового? / Как жизнь? / Как поживаете?*, характерными для общения хорошо знакомых людей.

В английской коммуникации ответ на вопрос *How are you?* не является обязательным, поскольку это прежде всего — сигнал признания адресата, а не запрос информации [Rothenbuthler 1998: 107]. Часто адресату не предоставляется возможности ответить на него. Говорящий либо проходит мимо, не давая времени адресату даже на формальное *Fine*, либо не делает паузы: *How are you? Nice to meet you*. Э. Майол и Д. Милстед предупреждают: «В ответ на стандартное приветствие “как поживаете” нужно сказать “а вы как?” — и все. — Ритуал окончен... Иностранцы, которые считают, что выражение “Как поживаете?” — это вопрос, на который непременно нужно ответить, всегда вызывают у англичан некоторую неприязнь и отчуждение» [Майол и Милстед 2001: 29].

В случае же ответа на этот вопрос, как уже отмечалось, предполагается, что он будет положительным (*Fine / Well / Great / I'm all right / I'm very well / I'm very well indeed / I'm grand (IrE.)*) независимо от реального состояния собеседника, что свидетельствует о его семантической опустошенности. Подобные ответы являются конвенциональными, поскольку «будьте оптимистом» (*be optimistic*) — одна из важных стратегий английской вежливости.

Для русской коммуникации преувеличенно оптимистичные ответы — *Великолепно! / Прекрасно! / Замечательно!* — не характерны. Более типичными являются нейтральные ответы *Хорошо / Все хорошо / Все в порядке / Неплохо / Нормально / Ничего*. Последний обычно воспринимается англичанами, да и другими иностранцами, с удивлением, поскольку они понимают его буквально. Часто употребляе-

мыми являются пессимистичные реплики: *Так себе / Похвастаться нечем / Неважно / Хуже некуда*, также встречаемые с удивлением представителями многих культур. Данные реплики свидетельствуют о том, что такая стратегия вежливости, как «*будьте оптимистам*», в меньшей степени характерна для русской коммуникации, где больше ценится искренность.

При этом, однако, следует иметь в виду, что степень семантической опустошенности английских формул приветствия зависит от контекста и отношений между собеседниками. Если говорящий проходит мимо и приветствует адресата формулой «*How're you?*», ответ на нее не предполагается. Если подходит к адресату/адресатам, они обязаны ответить. При близких отношениях ответ необязательно будет оптимистичным. Например, преподаватель подходит к группе студентов:

*'Hi, lads. How're you getting on? How're things?'*

*'Fine, thanks / Could be better.'*

Также имеет значение форма вопроса-приветствия. Если она полная «*How are you?*» (при этом ударение делается на глагол), ответ практически всегда предполагается. Если форма усеченная — «*How're you?*», наличие/отсутствие ответа зависит, как было отмечено, от контекста и уровня отношений. На приветствии «*Hi-ya*» ответ не ожидается.

Неоптимистичный ответ (*OK/So-so/Not bad/Could be better/Could be worse/You don't want to know*) может последовать при близких отношениях между коммуникантами, при этом он является приглашением к продолжению разговора. В ответ на такую реплику, как правило, следует *Why, what's up? / What's wrong? / What's the matter? / What's happened?* (Что не так? / В чем дело? / Что случилось?). Оставить неоптимистичный ответ коммуниканта без внимания считается невежливым, так как это может быть расценено как отсутствие интереса к нему.

Наиболее десемантизированной формулой приветствия является *How do you do*, используемой только в ситуации знакомства при формальном общении. Конвенциональным ответом на нее является то же *How do you do*.

Компонентами приветствия могут выступать комплименты: *Hi, Mary. You look very smart / You look fabulous / Aren't you gorgeous / The dress is perfection on you*, которые по сравнению с русскими комплиментами, также возможными в таких ситуациях (*Хорошо выгля-*

дишь / Прекрасно выглядишь), отличаются большей экспрессивностью и степенью преувеличения (ср. букв: Ты выглядишь очень нарядно / Ты выглядишь сказочно / Разве ты не великолепна! / Платье на тебе — совершенство).

При неожиданной встрече часто употребляются формулы, выражающие эмоциональную оценку: *Good to see you / What a nice pleasure / Fancy meeting you here / What a nice surprise*, близкие русским *Рад(а) тебя (вас) видеть! / Какая встреча! / Какой сюрприз!*

Приветствие может включать реплики, в которых подчеркивается давность последней встречи: *Haven't seen you for a long time (for ages) / It's been ages / It's been a long time / It's a long time (since we've seen each other) / Long time no see* (*Давно тебя не видел / Сто лет тебя не видел*).

Эмоционально-экспрессивное восклицание, аналогичное русскому *Сколько лет, сколько зим!* в английской коммуникации отсутствует. Однако таким формулам, как *Кого я вижу? / Какими судьбами?* можно подобрать эквиваленты: *Well, look who it is / Well, look who the wind blew in.*

Приветствие может состоять из одной приветственной формулы (*Hi / Good morning / Morning / Morning, Kate*), а также представлять собой комбинацию нескольких перечисленных выше формул: *Good morning. How're you? / Hi, how're you? / Morning, Alice. Nice to see you. / Good evening, Paul. Glad to see you. How are things?*

Наиболее типичные приветственные диалоги (между коллегами, например) выглядят следующим образом:

1. 'Hi, David.'  
'Good morning, Kelly.'
2. 'Hi, how're you?'  
'Fine, thanks and you?'
3. 'Hi, John. Nice to see you.'  
'Good to see you too, Sam. What's up?'
4. 'Morning, Karen. Lovely day. How's life?'  
'Great and you?'  
'Fine.'

Англичане здороваются чаще, чем русские. Здороваются не только знакомые, но и незнакомые, в лифте, например, или даже на улице, встретившись с прохожим взглядом. Это не относится к центральной части крупных городов, но на тихих окраинных улицах даже Лондона или Дублина, прохожие приветствуют друг друга кивком



головой и неформальным *Hi* или *Hi-ya*. Стоящий возле своего дома горожанин может обратиться к проходящему мимо незнакомцу со словами *Lovely day, isn't it*. На что тот ответит: *Yeah, beautiful*. Для сельской местности это особенно характерно.

В Дублине везде, включая центр, входящие в автобус пассажиры непременно обмениваются с водителем приветствиями *'Hello' — 'Hi'*. Выходя из автобуса, пассажиры прощаются с водителем и благодарят его (*Bye, thank you*), в ответ слышат *Bye, have a nice day* или *Bye, see you back*. В Лондоне данная традиция уже утрачена.

С приветствия начинают свое общение с клиентами кассиры магазинов, продавцы, служащие банков и т. д. Вряд ли можно отнести это к особенностям сферы обслуживания, связанной с получением прибыли и заинтересованностью в посетителях. Скорее, это общая черта английской коммуникативной культуры, поскольку то же наблюдается в учреждениях, где услуги предоставляются бесплатно (в библиотеках, музеях), также в университетах, жилых домах и т. д.

При сходстве коммуникативного поведения англичан и русских в ситуации приветствия выделяются некоторые различия, которые кратко можно сформулировать следующим образом:

- Англичане здороваются чаще, чем русские (как со знакомыми, так и с незнакомыми).
- Английские формулы приветствия отличаются
  - большей демократичностью,
  - большей семантической опустошенностью,
  - большей экспрессивностью.
- Ответ на вопрос *How're you* обычно краткий и позитивный (*I'm fine*), что делает сам ритуал приветствия более кратким и оптимистичным по сравнению с русским.

Элементы фатической коммуникации, являющиеся обязательными в английском приветствии, несмотря на семантическую опустошенность и неинформативность, как и вся фатическая коммуникация в целом, выполняют в процессе общения важную роль. Они служат средством установления отношений и снижения неопределенности.

Приветствие — это знак внимания, свидетельство того, что тебя заметили, что ты значим, одна из стратегий вежливости, которая в большей степени характерна для английской коммуникативной культуры.

### 4.2.2. Прощание

В английской коммуникации реплики, употребляемые в ситуации прощания, более разнообразны, чем при приветствии. Среди них — речевые формулы, которые могут использоваться как при встрече, так и при прощании: *Good morning, Good afternoon, Good evening*. (Близкая к ним по лексико-семантической структуре формула *Good day*, встречающаяся в некоторых вариантах английского языка как формула прощания, в Великобритании не употребляется). *Good night*, в отличие от русского пожелания *Спокойной ночи*, может употребляться как пожелание при отходе ко сну, так и в качестве прощальной реплики в позднее время. Также, желая спокойной ночи, можно сказать *Night* или *Night, night!*, что является первой строчкой популярной песенки *Night, night / Sleep tight / Don't let / The bugs bite*.

Наиболее нейтральной в стилистическом плане формулой является *Good bye*, которая исторически, как предполагается, произошла от формулы приветствия *God be with you* [Ferguson 1981: 33]. Еще не так давно *Good bye* являлась самой распространенной формулой прощания, употребляемой на любом стилистическом уровне (официальном, нейтральном и фамильярном) (см. [Ступин, Игнатъев 1980: 126]). Однако процесс демократизации общения коснулся и ее. В настоящее время она все чаще вытесняется фамильярными *Bye* и даже *Bye-bye*, которые становятся нейтральными формулами широкого употребления.

Прощание, как правило, сопровождается большим количеством формул с различными значениями, посредством которых реализуются стратегии вежливости. Они могут содержать:

- оценку имевшей место встречи: *It was nice seeing you. I did enjoy your party / It was lovely / That was wonderful / That was really great / I really enjoyed that / Nice to have met you / I was pleased to see you / Good to talk to you;*

- благодарность за приглашение или визит, за уделенное время, угощение или другие знаки внимания: *Thank you for having me / Thank you for coming / Thank you for inviting me / Thank you very much for a lovely dinner / Thank you for your time;*

- знаки внимания к третьим лицам: *Say hi (hello) to Helen / Remember me to Paul / (Give my) regards to your parents / (Convey my) congratulations to Ann / (Give my) love to Kitty / Best wishes to Sam;*

– намерения продолжения контактов: *We'll be in touch / See you / We'll see you soon / See you at University / See you tomorrow / See you later / See you next week / Till next time then / I hope we see you again before too long / I hope to see you again soon / I'll ring you later / I'll give a ring one of these days / Talk to you soon / Keep in touch / Don't hesitate to call*, а также неформальные *Give me a ring / Give me a buzz / Give me a tinkle / Give us a shout / Drop me a line / Text me*;

– приглашения: *Come again soon / Let's go somewhere at the weekend / I'll have to invite you around some time now / You should come to lunch one day / You must come around to my house some time / Drop in when you have time / Call in any time*;

– различные пожелания: *Have a nice day / Have a relaxing afternoon / Have a great evening / Have a lovely weekend / Enjoy the party / Enjoy your holiday / Enjoy your stay in London / All the best*;

– заботу о партнере: *Take care / Look after yourself / Don't work too hard*.

При завершении контакта собеседники, как правило, используют несколько реплик с перечисленной выше семантикой, в результате чего завершительная фаза общения может превратиться в достаточно длинный, но мало значимый диалог. Резко прекращать контакт с собеседником в английской культуре невежливо; многословность, напротив, является одной из стратегий вежливости.

Русские коммуниканты при прощании совершают аналогичные коммуникативные действия:

– употребляют реплику-прощание: *До свидания / До встречи / До завтра / До понедельника* (ее выбор зависит от коммуникативного контекста);

– дают оценку имевшей место встрече: *Все было замечательно / Мы прекрасно провели время / Я был(а) очень рад(а) видеть тебя* и т. д.

– благодарят за приглашение, визит, уделенное время, оказанные услуги: *Большое спасибо за приятный вечер / Спасибо, что пришли / Спасибо за подарок / Спасибо, что нашли для меня время / Спасибо, что помогли* и т. д.

– передают знаки внимания третьим лицам: *Передай(те) привет мужу (маме, детям...)* / *Привет мужу* и т. д.

– выражают намерение продолжения контактов: *Увидимся на работе (в университете) / Приезжай(те) еще / Заходи(те) почаще / Не забывай(те) / Звони(те)*;

– приглашают нанести ответный визит: *Теперь мы ждем вас / Теперь ты (вы) приходи(те) к нам / Теперь вы должны обязательно к нам прийти;*

– выражают пожелания: *Счастливо доехать / Счастливого пути / Удачи / Успехов на экзамене / Всего хорошего / Счастливо оставаться;*

– выражают заботу о партнере: *Береги(те) себя / Не переутомляйся / Смотри за собой.*

При общем сходстве совершаемых коммуникативных действий наблюдаются некоторые различия. Так, выражение заботы о партнере в русской коммуникации характерно для определенных коммуникативных контекстов (путешествие, долгое расставание и т. д.<sup>4</sup>): *До свидания, мама, береги себя. Я напишу. — Счастливого пути. Ты тоже береги себя. Не волнуйся.* Английская реплика *Take care (Береги себя)* употребляется очень часто и независимо от коммуникативного контекста, что свидетельствует о ее десемантизированнойности. Например, прощаясь с уличным музыкантом, послушав его игру:

*'Bye.'*

*'Bye-bye. See you later. Take care.'*

Следует отметить, что семантическая опустошенность характерна в данном примере и для формулы *See you* (увидимся), которая в последнее время употребляется довольно часто и, как с юмором пишут уже цитированные нами Майол и Милстед, «совершенно некстати — например, когда человек отправляется на два года в Антарктиду изучать там строение снежинок. А то и вовсе отбывает Туда, Откуда Возврата Нет» [Майол и Милстед 2001: 30].

Реплика-пожелание *Have a nice day (Have a nice weekend)*, пришедшая из американского английского и еще недавно вызывавшие раздражение англичан, сейчас употребляется повсеместно и является практически обязательным компонентом прощания, сопровождающим *Bye*. Для английского прощания характерно употребление нескольких реплик-пожеланий, как, например, в следующем мини-диалоге:

*'Bye, Tom. Have a great evening. Relax. Enjoy yourself.'*

<sup>4</sup> В последнее время формулу *Берегите себя* стали употреблять радио- и телеведущие, что, на наш взгляд, представляется неуместным и является примером функционального калькирования.

'Thanks, Jane. Have a nice weekend too. Bye-bye' (коллеги в пятницу вечером).

Основное различие в коммуникативном поведении англичан и русских в ситуации прощания касается количества употребляемых реплик и, соответственно, длины всего акта прощания. Английское прощание всегда длиннее русского. Даже при прощании с незнакомыми людьми в ответ можно услышать несколько реплик:

(в магазине)

'Thanks. Bye.'

'Bye. Have a nice day. / Bye, see you back.'

Пример прощания пациентки клиники с врачом:

*'Thank you. And thank you for seeing me this evening — it's very kind of you. I'm sorry to have made you so late.'*

*'Not at all, don't worry. That's what we're here for. I'll see you out. Don't hesitate to get back in touch if you need me. I'll always be happy to see you'* (J. Asher).

Пациентка благодарит врача (дважды), дает оценку его действий, извиняется, что задержала. Врач, в свою очередь, просит не беспокоиться, заверяет, что это его долг, приглашает обращаться еще, заверяет, что всегда будет рад ее снова видеть (что в данной ситуации, с нашей точки зрения, не совсем уместно, так как к врачу приходят, когда есть проблемы).

В качестве примера завершения общения приведем еще один диалог<sup>5</sup>:

P.: *I must go ... have a nice day tomorrow.*

C.: *Oh, thanks and thanks again for the thing — this is lovely — cyclamen isn't it?*

P.: *Yeh, cyclamen. I think it is.*

C.: *It's gorgeous — have a lovely time.*

P.: *All this evening to look forward to.*

C.: *Enjoy it.*

P.: *I will.*

C.: *Have a lovely time and thanks again.*

P.: *Thanks. Bye.*

C.: *Bye.*

P.: *Bye.*

<sup>5</sup> Данный диалог взят из книги, посвященной разговорному английскому языку [Cheepen, Monaghan 1990: 41], где он приводится как типичный пример завершительной фазы общения.

В данном примере, как и вообще в завершительной фазе общения, коммуниканты подводят итог своей встрече. Активно используются повторы, что типично для такой ситуации. Пожелание хорошего времяпрепровождения употреблено 4 раза (*have a nice day tomorrow, have a lovely time* (два раза), *enjoy it*). Благодарность также выражена 4 раза: взаимная благодарность за добрые пожелания, благодарность за подарок. Что касается других коммуникативных стратегий, то здесь следует отметить реплику, в которой дается оценка подарку. Она усиливает благодарность коммуниканта и в то же время является проявлением внимания к партнеру. При этом оценка также повторяется (*It's lovely, It's gorgeous*). Если учесть, что как реплики с эксплицитной благодарностью, так и с оценкой подарка уже наверняка были выражены при встрече, то здесь мы имеем дело с их многократным повторением.

Еще один пример из реальной коммуникации, услышанный при уходе из гостей:

A.: *Thank you very much. That was lovely and the food was gorgeous.*

B.: *No problem. I'm glad you liked it.*

A.: *That was great. Thanks again for having me for dinner.*

B.: *You are very welcome. Thank you for coming. You're a lovely company.*

A.: *Oh, thank you. I'll have to invite you around some time now.*

B.: *That would be great. Thank you very much.*

A.: *OK. I'll see you soon.*

B.: *See you. Have a lovely day tomorrow.*

A.: *Thanks. You too. Bye.*

B.: *Thanks. Bye.*

Здесь также собеседники подводят итог своему общению. При этом они дают оценку имевшей место встрече, многократно благодарят друг друга, делают комплименты, выражают намерение встретиться еще, желают хорошо провести следующий день. На фоне всех этих многочисленных реплик сама реплика — прощание (*Bye*) занимает несущественное место. Она звучит как последняя точка в долгом обмене любезностями.

В данном диалоге, состоящем из 10 реплик, самыми часто повторяющимися являются благодарность и оценка. Благодарность выражена 7 раз, собеседники благодарили друг друга за приглашение, за ужин, за визит, за комплимент, за ответное приглашение, за пожелание хорошо провести следующий день. Оценка, выражение отношения переданы 6 раз: *That was lovely and the food was gorgeous / I'm*

*glad you liked it / That was great / You're a lovely company / That would be great.*

Этот диалог является наглядным примером того, как английские собеседники щедро одаривают друг друга коммуникативными подарками в виде благодарности, комплимента, добрых пожеланий, многочисленных оценочных реплик, в которых каждый из них поочередно выражает свое отношение к собеседнику и к его действиям.

Основная цель перечисленных формул — продемонстрировать взаимное расположение, внимание, доброжелательное отношение собеседников друг к другу, заинтересованность в продолжении контактов.

Поведение английских коммуникантов в ситуации прощания свидетельствует о том, что комбинации и повторы являются одной из основных стратегий усиления вежливости. Когда дистанция между собеседниками короче, нет необходимости в такой эмфатической демонстрации своей доброжелательности. Думается, именно поэтому русское прощание, как правило, более короткое и сдержанное.

В русском контексте приведенный выше диалог мог бы звучать следующим образом:

А.: *Большое спасибо. Все было очень вкусно.*

В.: *Рада, что тебе понравилось. Приходи еще.*

А.: *Спасибо. Теперь ты должна прийти ко мне в гости.*

В.: *С удовольствием.*

В.: *Еще раз спасибо и до свидания.*

А.: *Счастливо. Рада была тебя видеть.*

Данное различие касается и завершительных реплик в английских письмах, где их также всегда больше:

*Thank you for being such a good friend. Love to all your family. E.;*

*Best regards to all your family. Take care and good luck. G.;*

*Good luck with all the work you have to catch up on! Very best wishes to all the family. Talk to you soon. Love. D.*

Русские, заканчивая письма, как правило, ограничиваются краткими *Привет всем твоим / Привет семье / Успехов / Жду ответа / Пиши. Жду.*

Таким образом, при прощании англичане более многословны, чем русские. Из-за отмеченных различий в ситуациях приветствия и прощания русские представляются англичанам разговорчивыми, многословными в начальной фазе коммуникации и слишком резкими в ее

завершительной фазе. С другой стороны, англичане в глазах русских выглядят очень дружелюбными и приветливыми, но часто неискренними.

### 4.2.3. Приглашение

Как уже отмечалось, речевой акт *Приглашение* имеет в английской коммуникации ряд особенностей, которые наглядно проявляются при сопоставительном анализе. Среди английских приглашений выделяются *явные* ('unambiguous invitations') и *неявные* ('ambiguous invitations') [Wolfson 1983: 117], или *phony invitations* — *ложные приглашения* [Wolfson et al. 1983: 128]. Первые, которые делаются с целью дальнейших контактов, были уже рассмотрены в связи со стратегиями дистанцирования среди побудительных РА. Здесь остановимся на рассмотрении «ложных» приглашений, которые не имеют такой цели, у них иная прагматическая функция и противоположная направленность.

Английские формулы приглашения воспринимаются как неискренние ('insincere') и даже фальшивые ('phony') с точки зрения представителей многих других культур, на что неоднократно указывалось в исследованиях по межкультурной коммуникации (см. об этом [Wolfson 1983: 128; Scollon, Scollon 2001: 274; Шагаль 2001: 76]).

Интересный пример приводит Р. Брислин в книге, посвященной влиянию культуры на поведение людей [Brislin 2000: 254]. На одной из студенческих вечеринок американская студентка после пятнадцатиминутного дружеского разговора сказала своей собеседнице из Таиланда: *I hope we get a chance to talk again soon*. Спустя две недели, случайно встретившись в университете, она едва узнала ее, равнодушно ответила на приветствие и прошла мимо, чрезвычайно удивив и огорчив свою новую знакомую. Девушка из Таиланда, которая расценила дружеское отношение на вечеринке как особое внимание к ней лично, была уверена в продолжении завязавшихся дружеских отношений. Американка же вела себя с ней как со всеми, она приветливо общалась со многими, как это предписывают нормы англосаксонской культуры, и не могла запомнить имя каждого.

На подобные трудности, испытываемые в Америке русскими, указывает О. А. Леонтович:

Русские, оказавшиеся в США, могут привести немало случаев, когда их вводят в заблуждение фразы типа «Let's have dinner together some-



time». Еще большая степень недоумения возникает, когда во фразе имеется достаточная, с точки зрения русского, степень конкретизации: «Let's have dinner together next week». Русские нередко жалуются, что после такой фразы они в течение всей недели ждут приглашения на ужин и очень огорчены или оскорблены, когда этого не случается [Леонтович 2005: 289].

То же наблюдается и в коммуникативном поведении англичан. М. Любимов приводит пример непонимания этой коммуникативной особенности, описывая свою встречу в Москве с английским писателем Коллинзом, который, прощаясь, сказал ему: «До встречи в Англии. Буду очень рад вас видеть»:

Тогда я был наивен и полагал, что если говорят «буду очень рад», то подразумевают именно это, а не то, что вы — последний негодяй и плут, которому стоит свернуть шею. Коллинза, разумеется, я больше в глаза не видел, хотя много раз приглашал его на приемы в посольство [Любимов 2004: 25].

Чтобы адекватно интерпретировать поведение американцев и англичан в подобных ситуациях, следует различать два названных типа приглашений: явные и «ложные», или стратегические, т. е. псевдоприглашения.

«Ложные» приглашения, в отличие от явных, являются приглашениями лишь по своей семантике, их прагматическая функция заключается в том, чтобы продемонстрировать расположение и симпатию к собеседнику, они не предполагают обязательного продолжения дальнейших контактов. В английской коммуникации в подобных приглашениях не содержится никаких обязательств перед адресатом. Никто из участников коммуникации не будет обижен, если они так никогда и не будут реализованы. Такие фразы, как *Drop in before you leave London / Let's go down somewhere at the weekend / We should get together sometime*, вовсе не предполагают совершения называемых действий. Они представляют собой чисто этикетные формулы, своеобразные коммуникативные подарки, знаки симпатии; они являются элементом РА *Прощание* и выполняют исключительно фатическую функцию.

Отличить явные приглашения от ложных не всегда бывает легко. По нашим наблюдениям, явные чаще всего выражаются косвенно — при помощи вопросительных или развернутых высказываний (*Would you like to come over? / I am just wondering if you'd like to come to my*

*birthday party*), ложные обычно делаются более прямо (*Come again soon / You should come to lunch one day*). Кроме того, если приглашение делается с целью его осуществления, то за ним, как правило, следует «переговорный процесс» относительно времени и места встречи. Так, Дж. Рубин предупреждает, что высказывание *Drop in any time* не является приглашением, если за ним не следует уточнение места и времени встречи [Rubin 1983:11]. Если понять намерения собеседника все же не удается, можно последовать совету М. Окендена, который отмечает, что, если трудно понять, где настоящее приглашение, а где нет, в ответ на фразу *'You really must come and see us one of these days'* (Вы действительно должны прийти к нам на днях), следует ответить *'Thank you very much. I love meeting English people'* (Большое спасибо. Мне очень нравится встречаться с англичанами) и подождать, последует ли за этим уточнение даты встречи [Ockenden 1997: 84].

Исследователи признают тот факт, что в Великобритании и в США фраза *«Давай пообедаем вместе»* часто употребляется не как приглашение пообедать, а как повседневная формула прощания, которая означает примерно следующее: *«Я получил такое удовольствие от беседы с тобой, что я бы не против как-нибудь опять встретиться»*. Приведем в оригинале этот интересный и важный для русских комментарий:

...it is common in the UK and in North America ... to use the phrase, "Let's have lunch," not as a serious invitation to have lunch but simply as a casual way of saying "goodbye". The invitation is no more than to say something like, "I've enjoyed the conversation and wouldn't mind getting together again sometime" [Scollon, Scollon 2001: 274].

То есть приглашение здесь является стандартной речевой формулой, употребляемой при прощании. Приглашая на ланч, говорящий вовсе не подразумевает, что этот ланч будет иметь место. Прагматическое значение данного приглашения — показать адресату, что беседа была столь приятной говорящему, что он в принципе не возражал бы как-нибудь пообедать вместе.

Для русской коммуникативной культуры подобные приглашения не столь типичны, а если они делаются, то в более общей форме: *Заходите / Заходите как-нибудь / Звоните*. Получив приглашение, типа *Приходите к нам в гости / Теперь вы должны к нам приехать* или *Давай как-нибудь пообедаем вместе*, собеседник, как правило,

рассчитывает на его реализацию в будущем. В противном случае поведение приглашающего может быть расценено как неискреннее.

Демонстрация желания дальнейших контактов является конвенциональной стратегией английского коммуникативного поведения, которая используется и в других сферах общения, в том числе в деловой. Отвечая на первое деловое письмо русского коллеги, английский корреспондент завершил свой ответ совершенно незнакомому адресату фразой *I hope we will have a chance to meet some day*<sup>6</sup>. Выражение надежды на встречу также является здесь знаком внимания к адресату и не более того. С точки зрения русских коммуникативных норм в данном контексте подобная фраза представляется неуместной, так как не соответствует ситуации и действительным намерениям.

Незнание данных особенностей поведения может привести к неверному толкованию подобных речевых формул, обвинению в неискренности, вызвать отрицательные эмоции у адресата, в то время как говорящий и не предполагает, что он обижает кого-то своим невниманием, поскольку, используя подобные фразы, он, напротив, выражает свою искреннюю симпатию и расположенность к собеседнику. В английской коммуникации, как уже отмечалось, подобные речевые формулы являются конвенциональным средством завершения контакта и часто используются в коммуникативной ситуации *Прощание*.

Данное различие является еще одним свидетельством того, что для русских более значимо содержание, чем форма; англичане, напротив, широко используют средства фатической коммуникации, семантика которых существенно отличается от их прагматического значения.

#### 4.2.4. Благодарность

*Благодарность* является речевым актом, играющим важную роль в поддержании вежливых отношений между собеседниками, и, несмотря на универсальность, также имеет свою культурную специфику. Этот факт отмечался многими исследователями [Coulmas 1981; Eisenstein, Bodman 1986, 1993; Davies 1987; Aijmer 1996 и др.].

Уместность вербальной благодарности как платы за то или иное действие, подарок, услугу и т. д. определяется типом культуры, доминирующими культурными ценностями общества, отношениями

<sup>6</sup> Пример С. В. Озюменко.

между его членами. В культурах некоторых народов оказывать помощь друг другу настолько естественно, что благодарить не принято, в их языках отсутствует даже слово *спасибо*<sup>7</sup>. Для русских также во многих ситуациях (в семье, при общении с друзьями) помощь друг другу считается вполне естественной и не требует формальной улыбки и вербальной экспликации. А. В. Сергеева отмечает в этой связи, что «русские не благодарят так часто, как европейцы, но если вы благодарите их за что-то, то они принимают эту благодарность очень серьезно» [Сергеева 2004: 89].

В английском вербальном поведении, напротив, выражению благодарности отводится чрезвычайно важное место в повседневном общении. Это — одно из средств демонстрации взаимного уважения, проявления внимания к окружающим. “*It’s a good day when your thank you bag is full,*” — гласит одна из английских пословиц. Англичане благодарят чаще, чем русские, это касается как сферы обслуживания, так и других сфер и ситуаций общения (на работе, в семье, в общении с друзьями и т. д.).

Пример из личной переписки с другом (ответ на письмо-благодарность за обед):

*Hello T,*

*Thanks for your kind words of thanks.*

*We were delighted to do it for you and your husband.*

*Sometime you will meet M. Thanks for your kind words about her.*

*Thanks for inviting us to Moscow.*

*Firstly I have to meet with our American relations.*

*Thanks for the Magazines about modern Moscow. What a change in 12 years!*

*Again thanks, we’ll be in touch.*

V.

В этом коротком письме, приведенном здесь без сокращений, благодарность выражена 5 раз, при этом важно отметить, что это было не благодарственное письмо, а ответ на письмо-благодарность.

Интересным примером данной коммуникативной особенности англичан является разговор работника телефонной справочной службы с клиентом, который находим в книге Д. Камерон [Cameron 2000: 95]:

<sup>7</sup> Ю. Савенков называет пуананов, А. Вежбицкая упоминает в этой связи некоторые народы Австралии [Савенков 1999; Wierzbicka 1991]. По свидетельству моих информантов, слово *спасибо* отсутствует в африканском языке лингало.

A — агент, C — позвонивший:

A: *XYZ Directories, which name please?*

C: *Jones.*

A: *Jones, thank you. Which town please?*

C: *Cardiff.*

A: *Cardiff, thank you. Which address please?*

C: *Number 28, Acacia Avenue.*

A: *Number 28, Acacia Avenue, thank you. Just searching for you. (Pause).*

*Sorry to keep you waiting. Thank you. Your number is 0123456789.*

C: *Thank you.*

A: *You're welcome.*

C: *Goodbye.*

A: *Goodbye.*

С точки зрения русских коммуникативных норм благодарность в данном диалоге также выражена слишком часто и не всегда уместно.

Англичане часто благодарят без видимой на то причины. Характерный пример встречаем в пьесе современного английского драматурга Денниса Портера [Porter 1996]. Девушка по имени Люси терпеливо наблюдает, как молодой врач делает ей в руку укол:

Lucy: *Thank you.*

Doctor: *Thank you.*

Lucy: *What for?*

Doctor: *Courtesy, I suppose. I don't know.*

Пациентку удивляет благодарственная реплика врача, сделавшего ей укол, да и тот сам затрудняется объяснить причину ее употребления.

Использование формул благодарности при отсутствии явно выраженного объекта благодарности особенно характерно для сферы обслуживания. Довелось быть участником ситуации, когда продавец сказал покупателю *thank you* 10 раз за время оплаты и выдачи одной покупки. Благодарность клиента за оказанные услуги непременно сопровождается ответным *Thank you* со стороны обслуживающего персонала. Однако она далеко не всегда аналогична русской фразе *Вам спасибо*, так как часто употребляется в ситуациях, когда клиент не совершил действий, которые могли бы быть выгодны данному заведению и заслуживали бы (в понимании русских) благодарности. Некоторые примеры из личных наблюдений:

1) в примерочной магазина, возвращая несколько перемеренных, но не выбранных для покупки вещей:

'Thank you very much'.

'Thank you'.

2) в магазине:

Посетитель: *I am wondering whether you have bus tickets.*

Продавец: *In the next shop.*

Посетитель: *Thank you.*

Продавец: *Thank you.*

3) в магазине посетитель просит кассира разменять 1 фунт, чтобы позвонить по телефону:

Посетитель: *Could you change me a pound, please?*

Кассир: *Sure. Here you are.*

Посетитель: *Thank you very much.*

Кассир: *Thank you.*

4) на рынке:

Продавец: *Would you like some apples?*

Покупатель: *No, thank you, I've already bought some.*

Продавец: *Thank you.*

Существует мнение, что в подобных ситуациях *Thank you* имеет значение не благодарности, а завершения контакта [Rubin 1983; Tsui 1994; Aston 1995]. Очевидно, здесь также имеет место десемантизация формулы благодарности, которая превращается в формальный маркер вежливости, прагматическая функция которой — не благодарность, а оказание внимания адресату, демонстрация расположенности к нему. *Thank you* в подобных ситуациях выступает как своеобразный коммуникативный подарок.

Тот факт, что частое употребление речевых формул благодарности привело к тому, что они в какой-то степени утратили свою семантику, неоднократно отмечался исследователями. Так, например Д. Хаймс подчеркивал, что британское '*thank you*' часто является скорее формальным маркером, чем выражением искренней благодарности [Hymes 1971: 69].

Создается впечатление, что англичане, сами осознавая семантическую опустошенность формулы *thank you* и желая, чтобы их благодарность звучала более искренне (*heartfelt and not routine*) [Owen 1983: 119], различными способами усиливают ее. Экспрессивность и преувеличение, помимо частотности, является еще одной особенностью, характерной для английской благодарности.

В английском языке существует большое разнообразие формул, где благодарность усилена при помощи различных интенсификато-

ров. Так, кроме *thank you / thanks*, употребляются *thank you very much / thank you so much / thank you so very much / thank you ever so much / thank you awfully / thanks a lot / many thanks / a million thanks / thanks a million (IrE)*, в письмах встречается *Very many thanks*.

Данные реплики могут быть усилены также следующими: *I am very (so) appreciative / I really appreciate it / I can't tell you how much I appreciate this / I don't know how I can thank you enough / I have no words to express my gratitude / I can't find words to express my thanks* и др. В официальной обстановке общения часто употребляется *Thank you very much indeed*. При желании усилить степень признательности к стандартным формулам благодарности могут быть также добавлены:

*I'm so grateful for your help.*

*I'm much obliged for your cooperation.*

*I appreciate your efforts very much.*

*I would be extremely grateful if you would be able to do that for me.*

Набор часто употребляемых благодарственных реплик в русском языке более скромный: *Спасибо / Большое спасибо / Огромное спасибо / Я вам (тебе) так благодарен (благодарна) / Я вам (тебе) очень (крайне) признателен (признательна) / У меня нет слов для благодарности* и некоторые др. Однако главное различие касается не набора реплик в двух языках, а частотности самого речевого акта и его экспрессивности.

Важной особенностью английского коммуникативного поведения является то, что в межличностных контактах, особенно когда коммуниканты знакомы, они редко ограничиваются репликой с эксплицитной благодарностью. Как правило, она сопровождается (либо заменяется) эмоционально-оценочной репликой. Это может быть как оценка объекта благодарности, выражение отношения к нему, так и оценка партнера по коммуникации, его качеств либо действий. В некоторых ситуациях эмоциональная оценка даже более значима, чем эксплицитная благодарность, то есть выразить эмоциональную оценку порой более важно, чем сказать *спасибо*<sup>8</sup>.

Так, в ответ на приглашение на обед можно опустить формулу эксплицитной благодарности и ограничиться выражением эмоционального отношения к факту приглашения: *Great / That would be*

<sup>8</sup> Результаты эмпирического исследования, подтверждающие данную особенность см. в Приложении 3.

*great / That would be lovely / That sounds great / I'd love to / I'd be delighted to come* и т. д. Ответ, состоящий из одной благодарственной реплики, представляется в такой ситуации недостаточным. Как правило, она сопровождается эмоционально-оценочной репликой: *It would be great. Thanks. / That sounds great. Thanks for asking. / I'd love to. Thank you very much.* По результатам проведенного анализа, в подобных ситуациях (ответ на приглашение) англичане сопровождают благодарность эмоциональной оценкой в среднем в 4 раза чаще, чем русские (см. Приложение 3, Таблицы № 1–2).

При выражении благодарности за подарок частотность употребления эмоционально-оценочных реплик и их экспрессивность зависят от его цены в меньшей степени, чем в русской коммуникации: *Great / That's great / Brilliant / Excellent / It's lovely / That's so nice / That's a very thoughtful gift* и др. (благодарность за скромный сувенир) (см. Приложение 3, Таблицы № 6–7).

Формулы благодарности часто усиливаются оценочными репликами в адрес слушающего, также комплиментами, которые в большинстве случаев содержат прямую оценку качеств собеседника:

*Thank you very much. You're so kind / supportive / helpful / thoughtful / hospitable / considerate / generous.*

*You've been most helpful and supportive.*

*You're being extremely kind.*

*It's so nice / kind of you.*

*It's most kind of you.*

*That's terribly kind.*

В английской коммуникации наблюдается тенденция усиливать благодарность, используя одновременно несколько реплик с разнообразными интенсификаторами:

*I want to thank you both very much indeed for coming to say goodbye. It's so nice of you. I really do appreciate that* (благодарность за визит).

*That was great. Thank you very much for a lovely dinner. The food was gorgeous and I really enjoyed the afternoon* (благодарность за обед).

*That's fantastic. You're great. Thank you so much. I really appreciate it* (благодарность за оказанную помощь).

*That's simply gorgeous. Thank you very much. That's the most amazing present ever. I really love it* (благодарность за подарок).

Выражая благодарность, английские коммуниканты принимают во внимание интересы партнера, что является характерной особенностью их коммуникативного поведения. Проявлением данной стра-



тегии является, на наш взгляд, частое употребление в ситуациях благодарности за предмет реплики, семантическое значение которой можно определить как «вежливый упрек», когда коммуникант в мягкой форме «корит» партнера за излишние расходы и знаки внимания. Наиболее стандартными формулами являются: *You shouldn't have / This is too much / Thank you so much for all the wonderful presents. You should not have gone to that much expense.*

В русской коммуникации, по результатам проведенного исследования, данная стратегия используется реже.

При выражении благодарности английские коммуниканты являются более многословными, чем русские. Они реже ограничиваются одной репликой, как правило, добавляют к ней повторную реплику-благодарность, также это может быть комплимент, похвала или оценочная реплика. Характерным примером является следующее письмо-благодарность за поздравление:

*Thank you for the pleasant surprise.  
I appreciated the gesture very much.  
With best wishes and renewed thanks.  
Sincerely yours, J.*

Это короткое письмо, которое приведено без сокращений, состоит из трех реплик, в каждой из которых выражена благодарность, которая, помимо повторов (*thank you, appreciate, renewed thanks*), усиливается положительной эмоциональной оценкой (*pleasant surprise*) и интенсификатором (*very much*).

В разных ситуациях благодарности английские коммуниканты употребляют, как минимум, на одну реплику больше, чем русские:

*That's fantastic. I really appreciate your doing that for me. Thank you very much* (благодарность за оказанную помощь). Ср.: *Спасибо большое. Ты мне очень помог.*

*Thank you very much. You were so kind to ask me and it was a beautiful meal. You outdid yourself* (благодарность за обед). Ср.: *Спасибо за приглашение. Было очень вкусно* (наиболее типичное выражение благодарности за обед)<sup>9</sup>.

В ситуациях, в которых объект благодарности имеет высокую цену, количество английских реплик может достигать до пяти, рус-

<sup>9</sup> Данные примеры взяты из анкет английских и русских информантов, обобщенный анализ семантики и количества реплик см. Приложение 3, Таблицы № 8–9).

ские обычно ограничиваются тремя. Данный факт является не случайным. Как уже отмечалось, многословность — одна из стратегий вежливости сближения, характерных для английской коммуникативной культуры. Наш материал свидетельствует о том, что в английской коммуникации комбинации и повторы являются одной из основных стратегий усиления вежливости.

Заслуживают внимания и ответные реплики. Наиболее традиционными речевыми формулами, используемыми в ответ на благодарность, являются: *OK / That's OK / That's all right / It's no problem / Don't mention it / Not at all / You're welcome / Any time / (It's) my pleasure / It was a pleasure*. В разных ситуациях они сопровождаются оценочными репликами, с помощью которых коммуникант делает ответный реверанс в сторону партнера, подчеркивая его значимость и свое внимание к нему, другими словами, дарит ему ответный коммуникативный подарок:

1) уходя из гостей:

*'Thanks for dinner. It was lovely'.*

*'Thank you for coming. You're a lovely company'.*

2) получив предложение помощи:

*'Oh, thanks. That would be very kind of-you'.*

*'Not at all. I'd enjoy it'.*

3) после оказанной помощи:

*'You're a star. Thank you very much'.*

*'Don't mention it. I'm delighted to be able to help'.*

Русские отвечают на благодарность, как правило, более кратко и сдержанно: *Вам спасибо, приходите еще* (ответ на благодарность за ужин) / *Не за что. Рад был помочь* (ответ на благодарность за оказанную помощь).

Широко распространенной репликой, употребляемой в ответ на благодарность, является английская формула *You are welcome*, не имеющая точного эквивалента в русском языке, и ее интенсифицированные варианты: *You are very welcome / You are always welcome / You are always very welcome / You are more than welcome / You are most welcome*. Ориентированные на объект, данные формулы выражают внимание собеседника к партнеру, расположенность к нему, желание дальнейших контактов.

В обобщенном виде основные различия в английском и русском коммуникативном поведении в РА *Благодарность*, которые необхо-

димо учитывать в межкультурном общении, можно сформулировать следующим образом:

- англичане благодарят чаще, экспрессивнее и более многословно, чем русские;
- благодарственные реплики часто заменяются (или дополняются) оценочными;
- русские выражают благодарность сдержаннее, короче и главным образом тогда, когда имеется объект благодарности;
- английские речевые формулы благодарности, по сравнению с русскими, в большей степени десемантизированы и являются формальным маркером вежливости, их основное прагматическое значение заключается в поддержании гармонии между собеседниками;
- русские придают больше значения содержанию, чем форме, и, как правило, благодарят при наличии объекта благодарности, это акт признательности за оказанные услуги, помощь, подарок и пр.;
- в английской коммуникативной культуре благодарность — это не только выражение признательности собеседнику в ответ на его действия, но и часто употребляемый знак внимания по отношению к нему, знак выражения расположения и уважения;
- английская формула благодарности может употребляться также как знак завершения контакта.

#### 4.2.5. Извинение

Речевой акт *Извинение* очень близок *Благодарности* (см. [Coulmas 1981: 72]). Он является экспрессивным РА, основная функция которого — восстановить социальный баланс или гармонию между коммуникантами [Edmondson 1981: 280; Leech 1983: 125]. Хотя данный РА непосредственно связан с соблюдением дистанции, его следует рассматривать также в связи со стратегиями вежливости сближения, поскольку его основное прагматическое значение — заверить адресата в том, что его заметили, его уважают и хотят поддерживать с ним бесконфликтные отношения, то есть это — знак внимания и доброжелательности.

Многочисленные сопоставительные исследования свидетельствуют о том, что, принося извинения, представители разных культур далеко не всегда ведут себя одинаково и этот речевой акт имеет ряд культурно-специфических особенностей (см. [Owen 1983; Trosborg 1987; Olshstine 1989; Holmes 1990; Lipson 1994; Suszczynska 1999; Nikolayeva 2000; Патмайр 2003]).

При сопоставлении английских и русских извинений выявляются различия, касающиеся речевых моделей, их семантики, степени экспрессивности, частотности и ситуаций употребления.

Английский язык предлагает несколько формул извинений: (*I'm sorry/Excuse me/Pardon (I beg your pardon)*), а также формулы с *apology, apologies, apologize, regret: I owe you an apology/Please accept my apologies /I do apologize for... /I (We) regret....* Однако частотность и сфера употребления данных формул существенно различаются.

Формулы с *apology, apologies, apologize* в устной речи употребляются крайне редко. По данным К. Аймер, на их долю среди других формул-извинений приходится всего 3,7% [Aijmer 1996: 86], что в очередной раз подтверждает общую тенденцию избегать употребления перформативных глаголов. Данные формулы используются в случае необходимости подчеркнуть формальность отношений, а также избежать неоднозначности, то есть выразить извинение эксплицитно [Owen 1983: 63]. Их можно встретить в публичных извинениях (в случае задержки поезда, отмены рейса, проведения строительных работ, изменения работы магазина и т. д.):

*An apology to our customers:*

*Over the past weeks we have set out to improve the range of products we sell. Because of this many grocery items have been temporarily out of stock, for which we sincerely apologize* [Owen 1983: 36] (объявление в магазине).

*Aerkianta apologizes for any inconveniences arising from the phased enlargement of the passengers terminal at Dublin airport* (объявление в аэропорту).

Также эта формула встречается при формальном разговоре по телефону, в сообщениях на автоответчике и в публичных выступлениях: *I apologize for the delay in acknowledging your kindness* [Aijmer 1996: 89].

В официальной речи или при переписке употребляется *Please accept my (our) apologies*. В официальных объявлениях встречается *I (we) regret ...: We regret to announce that tonight's performance of 'Hamlet' has been cancelled* (объявление в театре).

Формула *pardon* (сокращение от '*I beg your pardon*') в британском английском является конвенциональной формулой, употребляемой при переспросе [Owen 1983: 70]. Интересный пример находим в

известной книге Льюиса Кэрролла: *'I beg your pardon?' said Alice. 'It isn't respectable to beg', said the King. 'I only meant that I didn't understand', said Alice* [Carroll 2004: 101].

*Forgive me* может использоваться для усиления извинения говорящего, не являясь при этом типичной формулой извинения, аналогичной русскому *Простите*:

*Oh, dear, I am sorry — do forgive me. How very embarrassing* (J. Asher).

Наиболее употребляемой речевой формулой извинения в английской коммуникации является (*I'm*) *sorry*. По наблюдениям исследователей, на долю ее употреблений приходится 83,7%, в то время как *Excuse me* встречается в 4,7% случаев [Aijmer 1996: 86].

Данная особенность не случайна: здесь проявляется такая отмечаемая нами черта английского коммуникативного поведения, как неимпозитивность. Формула *Excuse me* является императивной и обращена к адресату, в то время как (*I'm*) *sorry* ориентирована на самого говорящего и выражает его сожаление, в результате извинение приносится косвенным образом. В *Excuse me* содержится побуждение к адресату, направленное на модификацию его отношения, в (*I'm*) *sorry* побуждение отсутствует, этот формальный маркер вежливости — сожаление говорящего, которое ни к чему не обязывает адресата.

Речевая формула *Excuse me* чаще всего употребляется как формула привлечения внимания при обращении (*Excuse me, is there a post office near here?*), а также для обращения внимания на какое-либо негативное действие: *Excuse me!* (учитель на уроке при плохом поведении детей, прохожий или пассажир в транспорте при нарушении его личного пространства). В последнем случае данная реплика произносится с определенной интонацией, выражающей недовольство, с ударением на каждом слове.

Самая употребляемая формула извинения имеет несколько вариантов: *I am sorry / I'm sorry / Sorry*. Первый отличается тем, что позволяет подчеркнуть искренность чувств говорящего [Owen 1983: 70]. *Sorry* — наиболее формализованная ритуальная формула извинения, в которой семантическое значение в большей степени утрачено, она часто употребляется автоматически как сигнал о внимании. Семантическая опустошенность и частотность ее использования приводит к тому, что для русского наблюдателя в ряде ситуаций ее употребление представляется неуместным и вызывает удивление:

- 1) учитель заглядывает в учительскую в поисках коллеги:  
 'Kate?'  
 'She isn't here at the moment. I haven't seen her. Sorry.'
- 2) ученик и учитель во время консультации:  
 'Is it Accusative case?'  
 'No, it's Genitive.'  
 'Oh, sorry.'  
 'You've missed a preposition here'.  
 'Oh, sorry. Does it mean 'to arrive?''  
 'No, it means 'to cross'.  
 'Sorry.'

В книге по этикету отмечается, что *Sorry* — одно из самых употребляемых слов в английском языке, которое слышно повсюду; по какой-то причине, лучше всего известной им самим, англичане, как нация, часто извиняются как за реальные проявления неуважения, так и за воображаемые:

'You will hear this used all the time. For some reason, the best known to themselves, the English, as a nation, seem to apologize a great deal as much for imagined discourtesies as for real injury' [Hobday, Norbury 1999: 81].

Более частое употребление формул извинений в английском коммуникативном поведении, по сравнению с русским, хорошо ощущается на улице, в общественных местах — везде, где может возникнуть угроза нарушения личного пространства. Поскольку, как уже отмечалось, горизонтальная дистанция в английской культуре длиннее, чем в русской, извиняться принято при более значительном расстоянии. Русские при ходьбе предпринимают попытку избежать столкновения с идущим навстречу за 1,5–2 метра, англичане — за 3–4 (данные [Brosnan 1998], цит. по: [Прохоров, Стернин 2002: 157]). Соответственно при сокращении этой дистанции англичане начинают извиняться со значительно более удаленной точки, что удивляет русских.

Интересной особенностью английского коммуникативного поведения является то, что при нарушении личного пространства обычно одновременно извиняются оба участника ситуации (*Sorry — Sorry*), независимо от того, по чьей вине оно произошло. В их извинениях содержится обоюдное признание некоторого дисбаланса в отношениях и готовность к его восстановлению. Как справедливо отмечает А. В. Павловская, «в Англии не может быть много “спасибо” и “по-

жалуйста”, это, наверное, единственная страна в мире, где надо извиниться, если вам наступили на ногу» [Павловская 2004: 241]. В русской коммуникации извиняется, как правило, тот, кто виноват. Пострадавший редко скажет *извините*, в лучшем случае может ответить: «Ничего страшного» или промолчит.

Факт семантической опустошенности формул извинения отмечают и английские исследователи (см. [Knowles 1987; Aijmer 1996 и др.]). Как и среди формул благодарности, они предлагают различать среди них искренние извинения (*‘heartfelt apologies’*) и *‘рутинные’* (*‘routine apologies’*) [Owen 1983: 119]. Б. Фрейзер называет их «ритуальными» (*ritual*) [Fraser 1981: 266]. Последние являются не столько извинениями, сколько вежливыми знаками внимания к окружающим. Они характерны для стандартных ситуаций, когда говорящий извиняется за какие-то мелкие, порой неощутимые неудобства, удовлетворяя социальные ожидания окружающих [Bach, Harnish 1979: 51].

Возможно, по этой причине в английском языке, как и в случае с благодарностью, существуют разнообразные средства усиления извинений, которые служат цели убедить слушающего в истинности и интенсивности чувств говорящего, придать им искренность звучания, то есть противопоставить их пустым, ритуальным формулам. В роли таких интенсификаторов выступают *very, so, awfully, terribly*:

*I'm very sorry. I have to go* (Я очень сожалею. Я должен идти) (уходя из гостей).

*Ann? — No, I'm awfully sorry. Ann is away all week* (Я ужасно сожалею. Анны не будет целую неделю) (из телефонного разговора).

В письменных извинениях встречается интенсификатор *extremely*: *I was extremely sorry that I was unable to get to your father's funeral...* (Я чрезвычайно сожалею, что не мог попасть на похороны твоего отца) [Aijmer 1996: 90].

Степень интенсивности выражения извинения зависит от конкретного коммуникативного контекста и определяется многими социальными факторами. Важную роль играет временной фактор: предшествует ли извинение негативному событию, либо приносится, когда она уже произошло. Усиление извинения возможно при помощи повторов или употребления нескольких речевых формул:

*'I'm sorry. I'm terribly sorry'* (другу за опоздание).

*'I'm sorry. Excuse me'* (в магазине, нечаянно задев другого покупателя).

В качестве формулы извинения называется также *I'm afraid* [Owen 1983: 90; Aijmer 1996: 85], что еще раз показывает, что английское извинение является выражением сожаления<sup>10</sup>. Данная формула обычно употребляется при передаче неблагоприятной информации в ответ на предшествующий вопрос:

*'Is Tom there, please?'*

*'No, I'm afraid he's gone to London for the weekend actually'* (из телефонного разговора).

В ответ на извинение английские коммуниканты подчеркивают незначительность нанесенного ущерба или причиненных неудобств и с готовностью заверяют адресата в том, что пошатнувшееся равновесие отношений восстановлено. Наиболее конвенциональными ответными репликами являются: *OK / It's OK / That's (It's) all right / No problem / Don't worry / Never mind*:

*(I'm) sorry to keep you waiting. — No, it's all right.*

*Well, sorry about that. — That's all right. It's not your fault.*

*Sorry to ring you so early. — No, it's all right. It's not early.*

Интересно отметить, что формулы *That's (It's) all right / It's OK* могут употребляться в качестве ответной реплики как на извинение, так и на благодарность, что является подтверждением мнения о том, что эти речевые акты имеют много общего.

Русские, по сравнению с англичанами, извиняются гораздо реже, что вполне закономерно. При отсутствии такой культурной ценности, как личная автономия, действия, которые в английской культуре воспринимаются как вторжение в личное пространство, в русской культуре менее опасны, часто допустимы и не считаются нарушением норм поведения. Подобную мысль высказывает и Р. Ратмайр в монографии «Прагматика извинения», где данную особенность коммуникативного поведения русских она объясняет следующим образом: «Внутренняя область *своего* включает не только собственную личность человека, но и более широкий круг людей, думающих и чувствующих так же, как и он. Внутри этого круга людей извинения являются менее необходимыми, чем по отношению к чужим: *Да что Вы так извиняетесь, свои же люди!*... Преобладающее стремление к общему единению и одобрению, так же как и расширение области близких и доверительных отношений, может быть одним из объяс-

<sup>10</sup> *I'm afraid* в таких случаях часто переводится именно как *очень жаль, к сожалению*, а не *боюсь*.



нений сравнительно низкой частоты извинений в русской культуре» [Ратмайр 2003: 219].

Незначительная горизонтальная дистанция и сформированные на ее основе культурные ценности (контактность, общительность, искренность, эмоциональность, солидарность и др.) делают допустимым не извиняться (либо делать это значительно реже) при неожиданном приближении и даже соприкосновении (на улице, в транспорте), за вмешательство в разговор, за откровенность, разговорчивость, свободное проявление эмоций, также при обращении с просьбой, запросе информации и т. д.

Более высокая статусная дистанция, характерная для русской культуры, также является причиной того, что русские извиняются реже, чем англичане. Во многих культурах люди, имеющие более высокий статус, извиняются перед нижестоящими реже. В русской культуре данная тенденция является ярко выраженной (родители редко извиняются перед детьми, преподаватели — перед студентами, начальники — перед подчиненными). В русской культуре извинение в гораздо меньшей степени является благородным жестом, его скорее воспринимают как признание своей вины [Ратмайр 2003: 225]. Очевидно, еще и поэтому русские редко извиняются при наличии объективного оправдания.

В русском языке основной формулой извинения является *Извини(те)*, реже употребляется *Прости(те)*. Обе эти формулы — императивы и представляют собой побуждения, направленные на адресата с целью модифицировать его отношение к говорящему — извинить (снять вину) или простить. Данные формулы представляют собой скрытую просьбу, что подтверждает часто добавляемое слово *пожалуйста* (*Извини(те), пожалуйста / Прости(те), пожалуйста*), а также наличие такой формулы извинения, как *Прошу прощения*, употребляемой людьми старшего возраста.

Побуждение, содержащееся в формулах *Извините / Простите* может быть усилено при помощи интенсификаторов *ради Бога! / ради Христа! Простите ради Бога!* (наступив в транспорте на ногу пассажиру или задев его сумкой). В официальной речи возможны *Примите мои (наши) извинения / Приношу (приносим) свои извинения*.

Наиболее типичными репликами-реакциями на просьбу извинить, как и в английском языке, являются формулы, выражающие незначительность повода для извинения (*Не стоит / Не стоит извине-*

ния / Не стоит об этом говорить / Да что ты (вы)! / Какие пустяки! / Не за что), заверение в том, что случившееся не нарушило равновесия отношений и ничего серьезного не произошло (*Ничего / Ничего страшного / Все в порядке*), выражение готовности адресата извинить (*Пожалуйста*). Однако в русской коммуникации, в отличие от английской, адресат может проявлять и меньшую готовность отреагировать на просьбу извинить или простить (чаще при асимметричных отношениях) и даже ответить замечанием:

*Извините, что я опоздал. — Ладно. Заходи. Но больше не опаздывай* (ученик и учитель).

*Прости, пожалуйста. — Так уж и быть. Но чтоб это было в последний раз* (мать и сын).

*Извините. — Надо смотреть, куда идешь*<sup>11</sup> (на улице). Ср.: *Sorry. — Sorry.*

Сопоставление речевых формул, употребляемых при извинении в английской и русской коммуникации, выявляет существенные различия.

В английской формуле *Sorry* говорящий выражает свое сожаление по поводу происходящего (произошедшего), она не имеет направленности на адресата, не содержит никакого побуждения по отношению к нему. Адресат в ответ спешит заверить, что не произошло ничего, что может повредить гармонии отношений.

Английские формулы извинения являются в большей степени десемантизированными. Часто они являются не выражением сожаления, а формальным знаком внимания.

В русском *Извини(те)* выражается просьба извинить, которая направлена на адресата и содержит побуждение модифицировать его отношение к говорящему. Отреагировать на эту просьбу адресат может с большей или с меньшей степенью готовности. Как и для выражения благодарности, для извинения должен быть повод, что проявляется в ответной реплике-реакции *Не за что*, характерной для обоих РА и свидетельствующей о неполной десемантизации данных речевых формул.

Таким образом, в сопоставляемых коммуникативных культурах по-разному трактуются случаи, когда следует принести извинение: если русские извиняются при наличии повода для извинения, то анг-

<sup>11</sup> Подобные реплики, безусловно, выходят за рамки вежливого общения, однако услышать их, к сожалению, можно довольно часто.

личане делают это гораздо чаще и даже в тех ситуациях, когда явный повод отсутствует.

В обобщенном виде отмеченные различия можно сформулировать следующим образом:

- англичане извиняются чаще и экспрессивнее, чем русские;
- русские извиняются менее экспрессивно и реже, главным образом тогда, когда имеется повод для извинения, они придают больше значения содержанию, чем форме;
- английские речевые формулы извинения, по сравнению с русскими, являются в большей степени десемантизированными, их основное прагматическое значение заключается в поддержании гармонии между собеседниками;
- в английской коммуникации при нарушении личного пространства извиняются оба участника коммуникативного акта; в русской, как правило, тот, кто его нарушил;
- в английской коммуникативной культуре извинение — это не только выражение сожаления, но и часто употребляемый знак внимания по отношению к адресату, формальный маркер вежливости.

#### 4.2.6. Оценка и комплимент

Оценочность является одной из неотъемлемых черт английской коммуникации. Эмоционально-оценочные реплики широко употребляются в различных коммуникативных ситуациях. Их основное прагматическое значение заключается в том, чтобы оказать эмоциональную поддержку собеседнику, заверить его в расположении, доброжелательности, признательности, симпатии, продемонстрировать одобрение его действий и намерений, показать заинтересованность в нем. Другими словами, оценочность выступает как один из важнейших способов реализации стратегий вежливости сближения. Эмоциональные оценочные реплики представляют собой своеобразные коммуникативные подарки, которыми щедро обмениваются английские коммуниканты.

В оценочных репликах англичане используют большое количество разнообразных прилагательных, самым, пожалуй, частотным среди которых является *lovely*. Как и прилагательное *happy*, *lovely* в значительной степени десемантизировано и в коммуникации выступает в роли фатического эмотива, функция которого — дать положительную оценку окружающему. Именно поэтому оно свободно

употребляется в самых разнообразных контекстах, в зависимости от которых на русский язык, согласно данным словарей, оно переводится как *красивый, очаровательный, привлекательный, прекрасный, чудный, лобезный, приятный, милый, миленький, прелестный, милый, восхитительный, славный, замечательно! отлично!* [Мультитран]. Проще не запоминать варианты перевода данного прилагательного, а исходить из того, что все, что мы оцениваем со знаком плюс, можно назвать *lovely*, при этом в русском языке не всегда легко найти эквивалент данному слову: *Lovely to see you / Hi, Tom. Lovely day. How're you doing? / I'll have a lovely cup of tea waiting for you / Thank you for the tea. It was lovely / Have a lovely weekend / Have a lovely time / Everything in the garden is lovely / Such lovely tea cups! / What a lovely baby! / Would you like to come to dinner next Sunday? — That would be lovely.*

Помимо *lovely*, в английских оценочных репликах широко употребляются различные суперлативные прилагательные *great, excellent, perfect, gorgeous, wonderful, brilliant, superb, fantastic, fabulous, marvelous, divine, ravishing, stunning* и др., которые также в некоторой степени десемантизированы, что позволяет употреблять их при оценке довольно прозаичных вещей:

*Your rice is terrific. It looks incredible* (Твой рис потрясающий. Он выглядит невероятно) (за столом);

*I'll make us a great energy-giving soup* (Я приготовлю нам великолепный восстанавливающий энергию суп).

*I had the most gorgeous bath* (Я принял прекраснейшую ванну) (после принятия ванны).

*That's an absolutely splendid example* (Это абсолютно великолепный пример) (учитель — ученику, оценивая его ответ).

При помощи подобных прилагательных англичане реализуют характерную для их коммуникации стратегию переоценки (*upgrading strategy*). При этом следует иметь в виду, что их семантика далеко не всегда соответствует прагматическому значению.

Дж. Лич рассматривает гиперболу как естественную тенденцию человеческой речи ('*a natural tendency of human speech*') [Leech 1983: 147]. Наши данные свидетельствуют о том, что степень гиперболизации в речи в разных культурах различна: в нашем случае она в большей степени характерна для английской коммуникации, чем для русской. Так, например, в нашем материале при оценке кольца, полученного в подарок, наиболее частым прилагательным, употреблен-

ным русскими коммуникантами, было *красивый*, большинство англичан предпочло *gorgeous* (великолепный). При сопоставлении английских оценочных реплик и их русских соответствий наблюдается определенная асимметрия в степени их семантической экспрессивности. Сравним:

*Мне оно нравится* (о кольце). — *I love it* (Я люблю его).

*Оно очень красивое.* — *It is gorgeous* (Оно великолепное).

*Я рада, что ты придешь.* — *I am delighted you are coming* (Я в восторге, что ты придешь).

*Мне очень понравился обед.* — *I thoroughly enjoyed the meal* (Я полностью насладилась обедом).

*Было очень приятно* (уходя из гостей). — *That was very enjoyable* (Было очень «насладительно»).

*Мы хорошо провели время.* — *We had a great time* (У нас было великолепное время).

Положительная оценка может быть усилена при помощи использования нескольких лексических средств:

*This has been a smashing evening, truly remarkable. I enjoyed every minute of it.*

*The proportions of the room are superb, it is very spacious with an extraordinary panoramic view.*

*Some of the things you've thought of are brilliant and your ideas are most innovative* (B. Bradford).

*Everything is going marvelously well. The fabrics you selected are going to look fabulous* (B. Bradford).

Преувеличение наблюдается также в том, как англичане выражают свое отношение к происходящему или наблюдаемому: *How absolutely/completely marvelous (extraordinary, devastating, incredible, fantastic, wonderful, delightful, ravishing, divine, amazing, unbelievable)!*

Уходя из гостей, эксплицитную благодарность можно сопроводить одной из следующих оценочных реплик (либо обеими): *That was lovely (great / wonderful / excellent / very enjoyable. The food was gorgeous / exquisite / lovely / beautiful / wonderful / delicious / scrumptious / terrific)*. Подобные лексические гиперболы, напомним, являются одной из черт разговорной английской речи.

Следующие диалоги были услышаны в реальной коммуникации:

1) муж и жена о своем новом садике:

*'Oh, it's so lovely. It's absolutely marvelous. I'm delighted. I can't believe it. I'm really impressed.'*

*'So am I. We have a fantastic family garden.'*

В данном примере при оценке нового сада использовано три суперлативных прилагательных (*lovely, marvelous, fantastic*), три интенсификатора (*so, absolutely, really*), четыре предиката, выражающих эмоциональное состояние собеседников (*I'm delighted, I can't believe, I'm impressed* и потенциальное *'impressed'*).

2) из разговора по телефону двух подруг:

*'I got your message. Thank you for inviting me.'*

*'Are you coming?'*

*'Yes.'*

*'That's brilliant. I'm delighted you are coming. That's fantastic. Thank you very much.'*

Здесь употреблено два суперлативных прилагательных (*brilliant, fantastic*) и причастие (*delighted*). Интересно отметить, что это не благодарность за приглашение, а благодарность за согласие его принять.

Оценочные реплики часто используются в целях эмоциональной поддержки собеседника, что является также типичным для английской коммуникации. Характерным примером является следующий диалог:

3) разговор по телефону двух друзей (приглашение на ланч):

*'Hello, Sarah, how're you?'*

*'Hello, Neil. I'm very well indeed.'*

*'Would you be free for lunch on Tuesday?'*

*'Yeah. That sounds great.'*

*'Would one o'clock be OK?'*

*'One o'clock is perfect.'*

*'What about going to the Good World?'*

*'That would be marvelous.'*

*'Helen and Rupert will be there too.'*

*'Great.'*

*'Well, I'll see you there then.'*

*'That sounds perfect. So Tuesday at one. That would be great.'*

*'Thank you. Bye.'*

*'See you soon.'*

В данном разговоре эмоциональная поддержка выражена шесть раз. Во всех случаях употреблены экспрессивные суперлативные прилагательные (*great, perfect, marvelous*). Диалог представляет собой яркий пример эмотивной коммуникации, когда эмоции выражены в стратегических целях. Они ориентированы на собеседника с

целью оказания ему коммуникативной поддержки и выражения имплицитной благодарности.

Указывая на лексическую опустошенность подобных эмотивных высказываний, М.-Л. Драздаускене отмечает, что такие оценочные формулы выступают в фатической функции и имеют обобщенное значение благодарности, сопричастности [Drazdauskiene 1981: 65]. Добавим, это — своеобразные вербальные подарки, цель которых сделать приятное собеседнику. Получив такой подарок, собеседник тут же посылает в ответ свой. Благодаря частому употреблению подобных оценочных реплик, изобилующих суперлативными единицами, английская речь звучит ярко и экспрессивно. Некоторые примеры из различных коммуникативных ситуаций:

1) приглашение на обед:

*'Would you like to come to dinner next Sunday?'*

*'That would be lovely. Thank you very much.'*

*'Great. I look forward to seeing you.'*

2) уходя из гостей:

*'Thank you very much. I had a great time. The food was exquisite.'*

*'You are always very welcome.'*

3) получив подарок:

*'Oh my God, it's gorgeous. It's absolutely marvelous. I really love it.'*

*'I'm thrilled you like it.'*

Другой пример (женщина благодарит подругу за подарок):

*'Oh, how divine. You're so kind and thoughtful. That's my favourite colour.'* (обращаясь к мужу) *'Look, Jan, what a gorgeous scarf Sarah has given to me.'*

*'Beautiful. Isn't she kind!'*

4) в ответ на обещание помощи:

*'Thanks, that would be great.'*

*'Not at all. I'd enjoy it.'*

5) после оказанной помощи:

*'That's fantastic. You did an excellent job.'*

*'I'm delighted to be able to help.'*

Отмеченная особенность является характерной чертой современного английского стиля коммуникации и находит отражение в прилагательном *enthusiastic*, которое не имеет полного эквивалента в

русском языке. Это так называемое *overstatement* — преувеличение, завышение, в данном случае завышение оценки, отношения, мнения, благодарности.

**Комплимент.** Комплимент также является оценкой, но эта оценка, часто завышенная, касается собеседника — его качеств, действий, внешности, предметов туалета, приобретений и т. д.:

*'Darling, you're looking absolutely wonderful!... oh, what a lovely perfume, is it a new one?'* (J. Asher) (мать — взрослой дочери);

*'You look completely wonderful in that outfit, darling. You're gorgeous and I love you.'* (муж — жене) (J. Asher);

*'You are completely beautiful you know'* (мужчина — женщине) (J. Asher).

Комплимент очень близок такому речевому акту, как похвала (см. [Серебрякова 2002]). И в том и в другом случае говорящий дает оценку собеседнику, выражает одобрение его действиям. Разница касается в основном ролевых отношений. Под комплиментом мы понимаем любые оценочные и одобрительные реплики, направленные на адресата и содержащие элемент преувеличения.

Комплимент — это прежде всего проявление внимания к партнеру, что является одной из стратегий вежливости сближения. Сам этот акт исследователи называют стратегией позитивной вежливости [Holmes 1988]. Давая высокую оценку всему, что связано с собеседником, говорящий преследует цель — сделать ему приятное, при этом потребность в данном речевом акте в разных культурах различна (см. [Wolfson 1981, 1983; Daikuhara 1986; Chen 1993; Sifianou 2001; Lorenzo-Dus 2001; Mursy, Wilson 2001; Golato 2002 и др.]).

Английские комплименты, как и оценка, являются частыми речевыми действиями (см. [Herbert 1989]). С этой целью также употребляются разнообразные суперлативные прилагательные (*lovely, fantastic, fabulous, superb, super, terrific, stunning, ravishing, gorgeous, brilliant, marvelous, smashing, stunning* и др.), дающие оценку внешности собеседника, его качествам, умениям, поступкам, действиям, причем часто самым незначительным:

*You look quite stunning, Debbie* (комплимент внешности).

*You are too kind* (Ты слишком добр) (за предложение помощи).

*You're absolutely fantastic* (Ты абсолютно фантастическая) (за помощь в мытье посуды).

*You are so thoughtful* (Ты такая заботливая) (за посланную ко дню рождения открытку).



*You're a dream come true* (Ты сбывшаяся мечта) (преподаватель — студентке за принесенную чашку чая).

*You're a great little worker* (Ты великолепный маленький работник) (мать — ребенку за помощь в уборке квартиры).

В комплименте часто содержится несколько интенсификаторов или повторов:

*Your daughter is a genius. She is absolutely fantastic* (Ваша дочка — гений. Она абсолютно фантастическая) (учитель — родителям ученицы).

*You are so very, very beautiful tonight. More beautiful than I have ever seen you, I do believe* (Ты такая очень-очень красивая. Более красивая, чем я когда-либо видел, я уверен) (муж — жене).

Как уже отмечалось, в английской коммуникации комплименты, как и оценка, часто сопровождают формулы благодарности, усиленная степень признательности говорящего:

*Thank you very much. The food was gorgeous. You really are a superb cook* (Большое спасибо. Еда была великолепная. Ты действительно превосходный повар) (гость — хозяину дома).

*You are a genius. You did an excellent job. Thank you so much* (Ты гений. Ты сделал отличную работу. Большое спасибо) (другу за оказанную помощь).

Данная коммуникативная стратегия в большей степени характерна для английского коммуникативного поведения, чем для русского.

Так, в нашем материале, выражая благодарность за оказанную помощь, 36,6 % английских информантов сопроводили благодарность комплиментом-оценкой (и только 8,9 % русских сделали то же): *You're so kind / You're great / You're a grand man / You're a star / You're a genius / You are very gifted with your hands / You're absolutely fantastic / You have been a great help / You did an excellent job*. Русские комплименты менее частотны и не столь разнообразны: *Ты гений / Ты просто мастер / У тебя золотые руки*.

Важно отметить, что англичане чаще оценивают качества партнера, в то время как русские — его действия. Ср.: *Thank you very much. You've been so helpful* — *Большое спасибо. Ты мне очень помог*.

В ситуации *Благодарность* может быть использовано несколько реплик со значением оценки и/или комплимента, что придает высказыванию большую эмоциональную выразительность: *Oh, Ann, you're too kind. You're a dream come true. That's the very thing I need. How thoughtful of you. Come on. Sit down. How can I help you?* (препода-

ватель благодарит студентку, пришедшую на консультацию с двумя чашками чая). В данном высказывании содержится характеристика адресата с элементом преувеличения (*you're too kind*); комплимент, также оценивающий его качества (*You're a dream come true*); косвенная оценка поступка адресата (*How thoughtful of you*), а также эмоциональная поддержка его действия (*That's the very thing I need*). Эксплицитная благодарность при этом отсутствует. Буквальный перевод данного высказывания является яркой демонстрацией того, как стратегия преувеличения и используемые для ее реализации языковые средства сказываются на английском стиле коммуникации, делая его экспрессивным и формируя такую его черту, как аттрактивность, или демонстративная приветливость: «О, Анна, ты слишком добра. Ты исполнившаяся мечта. Это как раз то, что мне так нужно. Как заботливо с твоей стороны. Проходи. Садись. Чем я могу тебе помочь?».

Подобные примеры свидетельствуют о том, что гиперболизированная оценочность является характерной чертой английской коммуникации. Исследователи отмечают, что комплименты отражают определенные культурные ценности [Mapes 1983], при этом обращается внимание на то, что является объектом комплимента. В английском общении комплименты являются средством реализации важной коммуникативной стратегии — средством проявления внимания к партнеру и его эмоциональной поддержки.

Делая комплименты, говорящий не только (или даже не столько) выражает свое восхищение собеседником, сколько дарит ему своеобразный коммуникативный подарок: оказывает ему внимание, подчеркивает его значимость. Основное прагматическое значение комплимента сводится к следующему: «Я хочу, чтобы тебе было приятно» (*'I want you to feel good'*). Подобная установка также, на наш взгляд, является определенной коммуникативной ценностью. При этом, как и во всех предыдущих случаях, данная черта является особенностью культуры, а не языка. Так, в австралийской культуре, где также говорят на английском (точнее, на одном из вариантов английского языка), напротив, отдается предпочтение «скромной сдержанности» и «эмоционально ровному стилю высказываний», австралийцев отличает «настороженное отношение к вежливости и изящным манерам» [Годдард 2007: 160, 172]. Они не любят и не доверяют тем, кто постоянно или чересчур восторженно хвалит их, они подозревают, что «в результате они окажутся униженными или об-

манутыми» [Lewis 1999, цит. по: Годдард 2007: 172]. Фразе *It's just perfect* австралиец предпочтет *Not bad* или *Pretty good*.

Русские комплименты, как правило, также менее экспрессивны, они часто воспринимаются с недоверием и реже используются как стратегия вежливости. Преувеличенная оценка в русской коммуникативном поведении вызывает чаще негативную реакцию, чем благодарность, бóльшую ценность имеет искренность, свидетельством чему являются следующие уточнения: *Не считите за комплимент / Это не комплимент, это правда*, а также ответный вопрос адресата *Это что, комплимент?*, вслед за которым следует убедить собеседника в обратном.

Таким образом, среди важнейших различий в коммуникативном поведении англичан и русских можно выделить следующие:

- англичане употребляют эмоционально-оценочные реплики, комплименты чаще, чем русские;
- английские эмоционально-оценочные реплики содержат разнообразные суперлативные языковые единицы и интенсификаторы, что создает эффект преувеличения;
- используя эмоционально-оценочные реплики, англичане выражают не столько свои эмоции, сколько отношение к происходящему и к своему собеседнику;
- данные реплики представляют собой своеобразные коммуникативные подарки и выполняют функцию эмоциональной поддержки собеседника;
- гиперболизированная оценочность является ярко выраженной чертой английского коммуникативного поведения;
- коммуникативное поведение русских в фатической коммуникации отличается большей сдержанностью: их эмоционально-оценочные реплики, как и комплименты, являются менее экспрессивными и менее частотными;
- русские относятся с недоверием к комплиментам и преувеличениям, предпочитая умеренность и искренность.

В результате в сфере фатической коммуникации английский стиль является в большей степени экспрессивным, выразительным, эмотивным, русский — более сдержанным, ровным, естественным.

### 4.3. Обращение: социальные роли и степень формальности в английской и русской коммуникативных культурах<sup>12</sup>

Обращение является одной из наиболее частотных коммуникативных единиц, связанных с речевым этикетом и с системой вежливости. Формулы обращения (ФО), так же, как и другие контактоустанавливающие средства, в каждом языке имеют свою национально-культурную специфику. Они являются интересным объектом исследования, так как содержат существенную информацию о коммуникативных нормах и традициях, о характере социально-статусных отношений в рассматриваемой коммуникативной культуре, о системе вежливости (см. [Газиева 1988; Фирсова 1999; Чеснокова 1985; Wood 1991; Yoon 2004 и др.]).

ФО играют важную роль в коммуникации, они несут информацию о социальном статусе собеседников, типе взаимоотношений между ними: степени близости, социальной и статусной дистанции и т. д. Уместность их употребления имеет большое значение для установления контакта и достижения взаимопонимания, для успешной межкультурной коммуникации.

Выбор ФО определяется коммуникативным контекстом, включающим ролевые отношения между партнерами, которые могут быть симметричными либо асимметричными, социально-психологическую дистанцию между ними, обстановку общения и другие факторы. Таким образом, следует различать обращение к знакомому и незнакомому адресату, равному по возрасту и положению и неравному, обращение в официальной и неофициальной обстановке, а также учитывать тип отношений между собеседниками (они могут быть тесные, дружеские, холодные, натянутые и т. д.).

ФО являются ярким отражением социальных отношений, характерных для рассматриваемой лингвокультурной общности и определяемых исторически сложившейся дистанцией между ее членами (как вертикальной, так и горизонтальной). Именно различия в дистанции предопределяют основные различия в английских и русских обращениях. Проследим наиболее существенные из них.

---

<sup>12</sup> Данный параграф подготовлен совместно с доктором Сарой Смит.

### 4.3.1. Обращение к незнакомому адресату

В английской коммуникации при обращении к незнакомому адресату в обиходно-разговорной речи — на улице, в транспорте, магазине, библиотеке, театре и других общественных местах — наиболее распространенной является нулевая ФО, то есть обращение без прямого указания адресата. Вместо форм с номинативной основой, как правило, используется формула привлечения внимания *excuse me*:

*Excuse me, is there a post office near here?*

*Excuse me, could you tell me the time, please?*

*Excuse me, is that seat free?*

*Excuse me, you have dropped your glove.*

Отсутствуют номинативные формулы обращения, подобные русским *девушка, молодой человек, женщина, дама, мужчина*, которые имеют широкое и не всегда уместное употребление: *Девочки, кто еще без билетика, пожалуйста* (кондуктор в автобусе — пассажиром среднего возраста) / *Мужчина, передайте за проезд* (в транспорте) / *Девушка, скажите, что я за вами* (в магазине).

Термины родства, такие, как *сын, дочка, тетя, дядя, бабушка, дедушка*, как правило, не используются вне семейной сферы коммуникации. В русской коммуникативной культуре они часто употребляются в адрес посторонних, в основном людьми пожилого возраста и детьми: *Дочка, тебе что?* (буфетчица — студентке) / *Сын, не подвинешься?* (пожилая женщина — молодому человеку в автобусе).

В английской коммуникации при обращении к посторонним нулевая формула обращения является основной.

При неформальном общении иногда возможны такие обращения, как *boy, young fella*<sup>13</sup> (*fellow*), *mate, luv (love), buddy, stranger*. Подобные ФО можно встретить в следующих коммуникативных ситуациях:

1. Пожилые люди — молодым:

*Young man, would you help me with my bags, please* (пожилая женщина на вокзале),

*Hey, young fella, could you ever give me a hand with this* (пожилой мужчина — молодому).

2. При обращении к незнакомой женщине иногда используется обращение *love* (неформальная форма написания — *luv*), к мужчине — *mate*:

<sup>13</sup> Обращение *young fella (fellow)* в большей степени типично для Ирландии.

*How can I help you, luv?*

*That would be five pounds, luv* (торговцы на рынке, обращаясь к покупательнице);

*Come and sit down for a moment, love. Right now, love, what's your name?* (полицейский — молодой женщине);

*Would you ever have the time there, mate?* (уличные рабочие — проходящему мимо мужчине).

Номинативные формулы при обращении к лицам некоторых профессий (*waiter, porter, doctor, constable, driver, nurse*), которые относительно недавно отмечались в пособиях по английскому этикету как исключения из вышеназванного правила (см., например, [Ступин, Игнатьев 1980: 37]), являются в настоящее время устаревшими. Сейчас редко можно услышать такие реплики, как *Waiter! The bill, please / Porter, will you see to my luggage, please / Nurse, I'm thirsty / Driver, could you stop the bus, please*. Нормативными в подобных коммуникативных ситуациях являются нулевые формулы обращений: *Excuse me, could I have the bill, please? / Excuse me, will you see to my luggage, please? / Excuse me, could I have a glass of water, please? / Excuse me, could you stop the bus, please?*

При обращении к незнакомому адресату в некоторых случаях могут использоваться формулы *sir* и *madam*, однако они употребляются нечасто. С их помощью не только устанавливается речевой контакт с собеседником, но и определяются ролевые позиции партнеров, подчеркивается вышестоящее положение адресата и соответственно нижестоящее положение говорящего. Именно поэтому люди одного возраста и положения никогда не употребляют обращения *sir / madam* по отношению друг к другу. Как отмечает автор известной книги по этикету Эмили Пост, «как бы обворожительен ни был тот или иной джентльмен, ни одна дама одного с ним возраста не назовет его *Sir*, и ни один мужчина не скажет, обращаясь к своей ровеснице, *Madam*» [Пост 1996: 25].

Сфера употребления данных речевых формул за последнее время значительно сократилась, что свидетельствует о влиянии на язык процесса демократизации общества. В настоящее время данные формулы можно услышать главным образом при вежливом обращении к клиентам в сфере обслуживания:

*Good evening, sir... madam. Can I take your coats?* (швейцар — посетителям);

*Could I have the bill, please? — Here you are, sir* (официант — клиенту);

*Taxi! — Where to, sir?* (таксист — пассажиру);

*Can you show me some cameras, please? — Certainly, madam* (продавец — покупательнице);

*It's nothing serious, sir. You have run out of petrol* (механик авто-сервиса — клиенту).

Так же может обратиться к публике в студии ведущий ток-шоу:

*'The gentleman in the orange shirt.'*

*'Me?'*

*'Yes, you, sir, in the orange shirt.'*

*'The lady in the dark glasses.'*

*'Me?'*

*'Yes, you, madam, in the dark glasses.'*

Кроме того, *Sir/Madam* являются конвенциональной формулой обращения к незнакомому адресату в письмах: *Dear Sirs, Dear Sir/Madam*.

В последнее время в тех местах, где предоставляется документ с именем-фамилией — в банках, на почте, в страховых компаниях и т. д., служащие обращаются к клиентам либо по имени, либо по формуле *Mr/Mrs + фамилия*. По мнению информантов, данная тенденция не вызывает одобрения адресатов, поскольку обращение по имени представляется в данной ситуации слишком фамильярным (коммуниканты являются незнакомыми людьми, к тому же они не давали разрешения на подобное обращение), формула *Mr/Mrs + фамилия* — старомодной. Нулевая формула обращения в данных коммуникативных ситуациях представляется наиболее приемлемой, так как является демонстрацией соблюдения дистанции, в то время как обращение по имени — знак неуместной в данных ситуациях интимности.

Для английской коммуникации почти не характерны номинативные апеллятивы при обращении к группе адресатов, подобные русским лексическим формулам, образованным от наименования лиц, объединенных какой-либо ситуацией или деятельностью, что, на наш взгляд, является проявлением коллективистской ментальности русских: *Граждане пассажиры / уважаемые родители / дорогие друзья / дорогие телезрители / уважаемые радиослушатели (покупатели, читатели, избиратели, соотечественники, москвичи, россияне)* и т. д. Подобные ФО в английском речевом этикете практически отсутствуют. В ситуации обращения к пассажирам по радио (в самолете

те, в аэропорту, на вокзале), также к зрителям в театре употребляется форма *Ladies and gentlemen*:

*Good afternoon, ladies and gentlemen. Captain Brown and his crew welcome you aboard British Airways flight BA 0880 to Moscow* (объявление на борту самолета).

*Ladies and gentlemen, please take your seats. The play will begin in 2 minutes* (объявление в театре).

*Ladies and gentlemen, please ensure that your mobile phones are switched off during the performance* (объявление в театре перед началом спектакля).

В большинстве ситуаций прямое обращение не употребляется, адресат называется косвенно либо не называется вообще, для русской коммуникативной традиции в аналогичных ситуациях характерно употребление прямого обращения. Сравним:

*Passengers are reminded that it is not permitted to use mobile phones during the flight. Computers may be used but after seat belt sign has been switched off.* — *Уважаемые пассажиры, напоминаем вам, что пользоваться мобильными телефонами запрещено во время всего полета. Computерами можно пользоваться после того, как погаснет наше табло.*

*May I have your attention, please. Due to circumstances beyond our control the performance cannot be continued* (объявление в театре). — *Уважаемые зрители, по независящим от нас причинам продолжение спектакля невозможно.*

Отмеченные различия представляются, на наш взгляд, весьма логичными, если посмотреть на них с точки зрения культуры и доминантных особенностей общения. В таких обращениях, как *уважаемые пассажиры, уважаемые покупатели, дорогие радиослушатели* очевидно стремление представить людей, объединенных определенной ситуацией, как коллектив. Здесь, на наш взгляд, находит отражение такая русская культурная ценность, как соборность. Не случайно, что для индивидуалистической культуры, где преобладают дистантные отношения и акцент делается на отдельную личность, стремление к подобному объединению не характерно.

Номинативные формулы обращений допускаются в английской коммуникации при неформальном общении, обычно в адрес знакомых лиц: *Hi lads / guys / folks* (учитель — ученикам, преподаватель — студентам, гость — другим гостям/хозяевам). Данный факт подтверждает наше мнение о том, что стремление назвать адресата харак-



терно в случае меньшей социально-психологической дистанции между коммуникантами. Интересно отметить, что такие обращения могут быть адресованы также группе, состоящей только из представительниц женского пола: *Hi, guys/lads* (учитель приветствует учениц в школе для девочек).

Примером проявления индивидуалистического начала, характерного для английской культуры, является также обращение в приветствии *Hello everybody* (Здравствуйте каждый), которое направлено не ко всем присутствующим в целом, а индивидуально к каждому (Ср. русское *Всем привет!* / *Я вас всех приветствую*).

#### 4.3.2. Обращение к знакомому адресату

Обращение к знакомым может осуществляться в строго официальных рамках, принимать менее официальный характер или быть неформальным. Это зависит от сложившихся между участниками коммуникации отношений, их служебного положения, возраста, ситуации общения. В зависимости от этого употребляются разные ФО: неименная форма обращения и именная, в которой различаются обращение по фамилии и обращение по имени (в русском языке также по имени-отчеству).

Неименная формула обращения *sir/madam*, как уже отмечалось, в настоящее время практически не употребляется. При общении знакомых лиц она в основном ограничивается обращением школьников к учителю-мужчине:

*Sir, may I go to the computer class to take my books?*

*May I ask you a question, sir?*

Также возможно обращение *Mr + фамилия*. При обращении к учителю-женщине употребляются *Miss* или *Mrs + фамилия*, что зависит от традиции школы.

В университетской среде данные обращения не употребляются. Студенты обращаются к преподавателям либо по имени (*Elaine, David, John*), либо по фамилии с добавлением ученого звания (*Doctor Brown, Professor Little*). Инициатива в выборе обращения принадлежит преподавателю, который при знакомстве со студентами уточняет, какую формулу обращения в свой адрес он предпочитает или допускает: *My name is Dr Sarah Smyth. You may call me either Sarah or Dr Smyth*. Таким образом дается разрешение обращаться к преподавателю по имени, что с радостью принимается студентами.

При обращении к личному врачу употребляется нулевая формула, к медсестре возможно обращение по имени.

При официальном общении основной формой является обращение по фамилии, которое в основном употребляется в сочетании с уважительным компонентом *Mr/Miss/Mrs* (*Mr Kent/Miss Thompson/Mrs Chandler*). Форма *Ms*, не указывающая на семейное положение женщины, относительно новая<sup>14</sup> и достаточно широкого распространения еще не получила. Однако в письменной речи (в деловой переписке) формула *Ms + фамилия* является нормой.

Обращение только по фамилии возможно всего в нескольких случаях: при обращении учителя к ученику (очень редко, обычно в платных школах-интернатах), учителя к учителю (там же), офицера к солдату (хотя чаще употребляется обращение по чину).

Начальник, обращаясь к своему рабочему или служащему, употребляет формулу *Mr + фамилия* или может обратиться к нему по имени. Выбор часто зависит от квалификации. Так, к квалифицированному рабочему чаще обращаются *Mr + фамилия*, к рабочему низкой квалификации — по имени. К рабочему, выполняющему в доме какие-либо ремонтные работы, обращаются по формуле *Mr + фамилия*. При более близком контакте, например, в ходе разговора с ним, можно перейти на обращение по имени. Важную роль играет также то, как он сам себя представил при встрече.

Непринужденное, неофициальное общение включает широкий круг лиц (от семьи до сотрудников по работе). Этим объясняется большее разнообразие формул обращения по стилю, чем на официальном уровне.

При непринужденном общении англичане используют формулу *Mr/Mrs/Ms + фамилия*, обращаясь к людям, как правило, старшим по возрасту и положению. Она является широко распространенной в кругу людей среднего и пожилого возраста даже при условии тесного знакомства и долголетней дружбы (например, при общении соседей). Данная ФО возможна также при общении людей одного возраста или положения и даже при обращении старших к младшим при наличии большой социально-психологической дистанции между ними либо при желании специально подчеркнуть дистантность отношений. Обращение *Mr/Mrs + фамилия* возможно даже в кругу семьи. Например, при обращении зятя/невестки к родителям жены/

<sup>14</sup> Она была рекомендована к употреблению ООН в 1974 г.

мужа, если сложившиеся отношения не позволяют употребить в качестве ФО имя.

В русском языке английской формуле *Mr/Mrs + фамилия* соответствуют две формулы обращения: апеллятив *господин + фамилия* и обращение по имени-отчеству, которые различаются по степени формальности и соответственно ситуациям употребления. Так, *Господин Иванов* употребляется только в строго официальной обстановке при подчеркнуто формальных отношениях, *Сергей Борисович* — как в официальной, так и нейтральной. В английском общении в обеих ситуациях употребляется одна формула — *Mr Ivanov*. Таким образом, формула *Mr + фамилия* в английской коммуникации не является полным эквивалентом русской формулы *господин + фамилия*. В ряде ситуаций она является менее официальной.

**Обращение по имени.** При менее формальных отношениях, т. е. при близкой социально-психологической дистанции, в английском языке, как и в русском, употребляется обращение по имени, что передает дружеский характер взаимоотношений. Однако ситуации употребления данного обращения в английском и русском языках также не совпадают.

Хотя английский речевой этикет не допускает обращения по имени к лицам, занимающим более высокое положение по службе или в обществе, а также к тем, кто оказывает профессиональные услуги — врачи, адвокаты, юристы (не принято также обращение по имени по отношению к клиентам, покупателям, посетителям) [Пост1996: 12], данное правило может нарушаться. Согласно этикету, по отношению к перечисленным лицам возможно обращение только по имени, если последние попросили об этом или если их связывают с собеседником приятельские отношения [там же].

В последнее время данное правило нарушается все чаще, и в области традиционных ФО наблюдается тенденция к уменьшению формальности в общении, которую исследователи справедливо называют «тенденцией к языковому нивелированию» (см. [Оликова 1973: 129]). Современные английские ФО отличаются, с точки зрения русских коммуникативных норм, крайней неформальностью, что связано с процессом демократизации общества. На этот факт обращают внимание и английские исследователи, отмечающие, что, если еще два десятка лет назад собеседники переходили от общепринятых формальных обращений — *Mr, Mrs, Miss* — к обращению по имени только после того, как был достигнут определенный уровень близости, те-

перь большинство людей переходит к обращению по имени почти сразу же, даже не установив, нравится ли им собеседник [Hobday, Norbury 1999: 68].

Интересные примеры, подтверждающие тенденцию к снижению формальности в английской коммуникации, можно встретить в художественной литературе.

Сравним два отрывка из произведений С. Моэма и современного английского писателя-драматурга Д. Портера, которые являются, на наш взгляд, удачной иллюстрацией к сказанному.

В рассказе С. Моэма "The Kite" сын представляет матери свою любимую девушку:

*'This is Betty, Mum,' he said.*

*'Miss Bevan, I presume,' said Mrs Sunbury.*

*'That's right, but call me Betty, won't you?'*

*'Perhaps the acquaintance is a bit short for that,' said Mrs Sunbury with a gracious smile. 'Won't you sit down, Miss Bevan?'* [Maugham 1996: 98].

Пожилая леди отказывается обращаться к девушке по имени, несмотря на ее просьбу, и предпочитает называть ее *Miss Bevan*, подчеркивая тем самым дистантность отношений. Официальная формула *Miss + фамилия* используется в данном диалоге со стороны старшего по возрасту по отношению к младшему с тем, чтобы подчеркнуть социально-психологическую дистанцию между ними, при этом указывается на этикетно принятую форму обращения между незнакомыми людьми.

В пьесе Д. Портера ("Cream in My Coffee"), написанной несколько десятилетий спустя, молодая женщина обращается к пожилому человеку:

Jean: (to Butcher) *Is it the broadcast tonight, Mr Butcher?*

Butcher: *Mr Butcher. Mr Butcher. What's all this? Has me hair suddenly gone grey, little lady?*

Bernard: *My wife is simply being polite, Mr — ah — Butcher.*

Jean: *Oh, Bernard. Don't sound so — pompeous* [Porter 1996: 156].

В этом отрывке, наоборот, пожилой мужчина выказывает недовольство тем, что молодые люди называют его *Mr Butcher*, в то время как он предпочел бы обращение по имени. Обращение младшего по возрасту к старшему вызывает отрицательную реакцию, поскольку формула *Mr + фамилия*, называемая в диалоге вежливой, является

таковой, если иметь в виду вежливость дистанцирования, однако вежливость сближения, напротив, предписывает обращаться по имени. Обращаясь друг к другу по имени, коммуниканты подчеркивают свою принадлежность к одной и той же группе, отрицая таким образом наличие какой бы то ни было дистанции между ними, как социальной, так и статусной.

В современном английском обществе приветствуется не формальность отношений, а демонстрация равенства, что делает допустимым обращение по имени при асимметричных отношениях («снизу — вверх»). Во многих коммуникативных ситуациях по имени обращаются нижестоящие к вышестоящим: подчиненный — к начальнику, секретарь — к заведующему кафедрой, студенты — к преподавателю.

В русской традиции подобное обращение считается недопустимо фамильярным. Вежливое отношение нижестоящего к вышестоящему выражается как «строгое соблюдение дистанции и открытая демонстрация своего более низкого статуса»; попытка понижения статуса вышестоящего расценивается как невежливое отношение [Карасик 2002а: 84]. Нормативным в подобных ситуациях является обращение по имени-отчеству. Однако следует отметить, что в последнее время и в русской коммуникативной культуре наблюдается тенденция обращаться к старшим по имени. Во многих фирмах, особенно с западным стилем управления, коллеги обращаются друг к другу по имени, невзирая на разницу в возрасте и должности, это распространяется также на ситуацию *начальник-подчиненный*. Отмеченные изменения, очевидно, вызваны влиянием западных стереотипов поведения. Однако важно отметить, что перенос данной коммуникативной традиции на русскую почву происходит в какой-то степени насильственно. Многие русские информанты жалуются на то, что им очень трудно и неудобно называть своего начальника по имени, в то время как тот настаивает на этом.

В английской коммуникации, помимо социального положения, ограничения на обращение к собеседнику по имени накладывает и возраст (как адресата, так и адресанта). Однако можно предположить, что большую роль здесь играет также не только возраст, но и традиция. Коммуниканты используют те ФО, которые они употребляли 20–30 лет назад. Так, преподаватели университета, относящиеся к старшему поколению (55 лет и старше), обращаясь к уборщице, называют ее по формуле *Mrs + фамилия*, как они это делали 20 лет назад, те, кто младше, обращаются к ней по имени. То же наблюдает-

ся, например, при обращении к продавцу овощной лавки, разносчику молока и т. д. Их по традиции называют *Mr. Bloggs, Mr. Brown*, в то время как их сыновей, выполняющих ту же работу, но относящихся к другому поколению, называют только по имени, и это обращение уже не изменится. Обращаясь к соседям, старшим по возрасту, по традиции, как это было принято 20–30 лет назад, используют формулу *Mr/Mrs + фамилия*, при близких отношениях возможно также обращение по имени. При обращении к соседям, чей возраст меньше 50 лет, независимо от степени близости употребляется только имя.

Данные факты позволяют предположить, что через поколение сфера употребления ФО *Mr/Mrs/Ms + фамилия* еще больше сузится.

Во многих ситуациях возможно употребление одного имени даже несмотря на большую разницу в возрасте собеседников. Как и в предыдущем случае, если обращение по формуле *Mr/Mrs + фамилия* представляется слишком формальным и отчужденным, при наличии разрешения старших по возрасту называть их по имени такое обращение является допустимым и корректным. Оно возможно в следующих ситуациях:

- при обращении студентов к преподавателям,
- при обращении молодых коллег к пожилым,
- при обращении детей к родителям, к отчиму/мачехе, к бабушке/бабушке, к друзьям родителей, к соседям и т. д.;
- при обращении племянника/племянницы к дяде/тете;
- при обращении зятя/невестки к родителям жены/мужа.

Любопытный пример встречаем в романе современной ирландской писательницы Мейв Бинчи 'Tara Road'. Молодой человек в первый раз приходит в дом своей подруги и, знакомясь с ее матерью, называет ее по имени, что ужасает девушку, но с удовлетворением воспринимается ее матерью:

'Hello Nora, I'm Danny' she heard him say. Oh God, he was calling her mother by her first name. Martin always called her Mrs Johnson. Mom would just hate this.

But she heard in her mother's voice the kind of pleased response. 'You're very, very welcome' (M. Binchy).

В русском общении такое употребление традиционно считается фамильярным и не допускается нормами этикета (хотя в последнее

время и в русской культуре в перечисленных ситуациях встретится обращение по имени). Нормативными являются обращения по имени-отчеству, а также обращения *мама/папа, бабушка/дедушка, дядя/тетя + имя*. Последняя формула широко употребительна при обращении детей к взрослым и адресуется как к родственникам, так и к тем, кто ими не является (это могут быть друзья родителей, их близкие знакомые, соседи, родители друзей и т. д.).

Обращение *дядя/тетя + имя* иногда употребляется в русской культуре и взрослыми. Оно встречается при обращении к родственникам — дяде/тете; при обращении к людям, с детства называемыми дядей/тетей (например, к соседям); также на производстве при обращении к пожилому мастеру. В последних двух ситуациях такое обращение имеет оттенок доверительности, оно употребляется в том случае, если одобряется адресатом.

В английском общении подобные формулы (*Uncle Tom, Aunt Mary, Granny Elly, Nanny Sheila, Grandpa Sam*) функционируют исключительно по отношению к родственникам. Интересно отметить, что в формулу обращения к бабушке/дедушке может входить не только имя, но и прозвище (*Granny Dick/Lol/Gally*)<sup>15</sup>. При их согласии вполне корректным является обращение только по имени. Еще один пример, подтверждающий эту тенденцию, из романа Мейв Бинчи. Маленький мальчик по имени Брайон спрашивает бабушку, хотела ли бы та, чтобы он называл ее по имени. Сначала такое предложение возмущает ее, однако, когда мальчик объясняет, что она еще не такая старая и это бы в какой-то степени уравнило и сблизило их, она, подумав, принимает его предложение и разрешает называть ее Норой:

'I was wondering would you like me to call you **Nora, Granny?**'

'Have you gone off your head, Brian?' his grandmother answered.

'Well I know you're pretty old, Granny, but you're not that old, are you? And I thought it would be more friendly, make us all the same somehow.'

Nora Johnson looked at her grandson. His face was troubled.

'You know what, Brian? I'd actually like to be called Nora, on reflection I would... Yes, Brian, I'm **Nora to you** from now on' (M. Binchy).

Возможно, изменение социального статуса русских женщин, которые становятся бабушками в достаточно молодом и активном возрасте и также не всегда хотят, чтобы их называли бабушками, приве-

<sup>15</sup> *Dick* образовано от фамилии *Dickie*, *Lol* — от имени *Olwyn*, *Gally* представляет собой вариант детского произношения слова *Granny*.

дет к тому, что и в русской культуре обращение по имени станет в этой ситуации общепринятым.

Выбор той или иной ФО определяется степенью близости коммуникантов, а также ситуацией общения. Так, обращаясь к священнику, прихожанин может назвать его *Father* (если они не знакомы), *Father John* (если знакомы) и просто *John* (если между ними близкие отношения). Преподаватель, обращаясь к декану, использует ФО *Dean*, если общение происходит в официальной обстановке: на заседаниях, в кабинете (даже при разговоре наедине, если разговор носит официальный характер), либо имя, встречаясь в столовой, в коридоре университета или за его пределами (на остановке, в автобусе, например):

*Excuse me, Dean, could I please have a word with you? / Sorry, Dean, would you ever have 5 minutes?* (обращение к декану в официальной обстановке);

*Congratulations on your promotion. — Thanks, Elaine* (обращение к декану на автобусной остановке).

Довольно свободный переход на обращение по имени не всегда воспринимается с большим энтузиазмом и полным одобрением, однако не вызывает возражений. Особенно это касается пожилых людей. Так, на вопрос к шестидесятилетнему профессору университета, заведующему кафедрой, о том, как он относится к тому, что молодые секретарши приветствуют его обращением *'Hi, David'*, он задумчиво ответил: *'Yeh, they are younger, than my daughters... But I don't mind'*.

Как правило, человек сам определяет, какая формула обращения является для него предпочтительной, и следует обращать внимание на то, как он называет себя при знакомстве. Почтенная дама, хозяйка гостиницы представляется тринадцатилетней посетительнице: *'Hi, I am Therese'*. Несмотря на большую разницу в возрасте, именно так следует и обращаться к ней. Использование официальной формулы *Mrs Sanderson* явилось бы не проявлением уважения, как может показаться русским, а подчеркиванием дистанции, образно говоря, отказом пожать протянутую для приветствия руку.

При обращении к детям, друзьям, близким знакомым, родственникам в английском языке, как и в русском, широко употребительными являются уменьшительные формы имени: *Ol (Oliver), Herb (Herbert), Phil (Philip), Sid (Sidney), Bill (William), Fred (Frederick), Ed (Edward), Bert (Albert), Lisa (Elizabeth)* и др. Однако передаваемые такими именами значения в рассматриваемых языках различаются.



В подобных английских уменьшительных формах следует усматривать не фамильярность приятельских отношений (в русском языке имена типа *Коля, Вася, Таня, Настя* имеют именно такое значение), а общую тенденцию носителей английского языка прибегать к сокращенным формам слова везде, где это представляется возможным [Ступин, Игнатъев 1980: 44]. Так, например, в усеченной форме употребляются обращения по профессии: *cap. (captain), doc. (doctor), prof. (professor), gov. (governor): Is there a chance, doc.?*

Фамильярно-разговорную и положительную эмоциональную окраску выражают в английском языке имена собственные, образованные при помощи уменьшительных суффиксов *ie, e, y, ey: Bessie, Charlie, Beatie, Jimmy, Andy*. Благодаря им именная парадигма бывает довольно развернутой: *Edward — Ed, Eddie, Eddy, Ned, Neddie, Neddy, Ted, Teddie, Teddy; Elizabeth — Lisa, Elsie, Libby, Beth, Bet, Betty, Betsy, Bess, Bessie*. Однако в английском языке, по сравнению с русским, количество уменьшительно-ласкательных суффиксов является весьма ограниченным, и они не имеют того же значения, что в русском (Ср.: *Мария — Маша, Машенька, Машуня, Машута, Машутка, Машуточка, Маня, Манечка, Маняша, Машика, Манька* и т. д.). Уменьшительные формы имен в английском общении распространены далеко не так широко. Фамильярно-грубые формы типа *Машика, Сашка, Ленка* (которые в русском употреблении могут иметь и нейтральное звучание) в английском языке и вовсе отсутствуют.

Однако здесь возможны и другие причинно-следственные отношения. Можно предположить, что количество уменьшительно-ласкательных суффиксов в английском языке столь ограничено именно потому, что в них нет потребности. Английский стиль коммуникации, одной из черт которого являются эмоциональная сдержанность, самоконтроль, не поощряет коммуникантов к проявлению эмоций. А. Вежбицкая обращает внимание на тот факт, что теплота в межличностных отношениях, являющаяся одной из характерных черт русской культуры и отсутствующая, например, в американской и японской, в наибольшей степени проявляется в русских именах собственных [Wierzbicka 1991: 86].

Важной особенностью является то, что, если в русском обращении возможно использование всей парадигмы имен применительно к одному и тому же адресату (*Александр, Саша, Сашенька, Сашуня, Саня, Санек, Шура, Шуручка, Шурик* и т. д.), что определяется выбором того или иного адресанта, его настроением, отношением к

адресату, сложившейся традицией и многими другими факторами, то в английском обращении, как правило, употребляется лишь одно имя из существующей парадигмы. Так, если вместо полного имени *Edward* при обращении к конкретному адресату используется сокращенное *Ed*, то так называют его все окружающие: члены семьи, друзья, коллеги и т. д. Данное обращение становится принятой всеми традицией и порой полностью заменяет официальное имя, например, *Mick Jagger*, *Jimmy Jackson* и даже *Bill Clinton*, *Tony Blair*. Данный факт подтверждает отсутствие в них того эмоционального значения, которое содержится в русских уменьшительных именах (см. об этом также [Wierzbicka 1991: 106]).

В анкете, которую заполняют родители при поступлении их ребенка в школу, как правило, указаны три графы: для официального имени, фамилии и общепринятого имени. Также в списках учеников у учителя помимо имени и фамилии ученика в скобках дается его общепринятое имя. Таким образом, такие имена, как *Eddie*, *Betty*, *Bessie* являются не ласкательно-уменьшительными вариантами имен *Edward*, *Albert* и *Elizabeth*, а нейтральными обращениями, выбранными окружающими для наименования адресата и ставшими общепринятыми.

Количество ласкательных обращений, выраженных существительными и прилагательными, в английском языке также значительно меньше, чем в русском, и они не передают всего многообразия эмоциональных оттенков, присущих русским обращениям. Наиболее часто употребляемыми являются *dear*, *darling*, *dearest*, *honey*, *sweetheart*, *love*:

*That's for you, my dear* (мать — сыну).

*Hi, honey, I'm home!*; *Did you send the invitations, love?* (муж — жене).

*Are you sure that everybody understands that, loves?* (учитель — ученицам на уроке).

Данные обращения являются в значительной степени десемантизированными, о чем свидетельствует их более широкое и более частое, по сравнению с русским языком, употребление:

*I'm afraid I'm rather nervous.*'

*'Yes, my dear, I can see that.'* (J. Asher) (врач частной клиники — состоятельной пациентке).

*'Don't worry, love — we'll get your little one back, he can't be far.'* (J. Asher) (полицейский — молодой женщине).

В качестве дружеского обращения, главным образом среди мужчин, используется обращение *mate*. Употребляемое вместо имени, оно позволяет избежать выражения интимности, что является современной тенденцией в английском коммуникативном поведении:

*Good to see you, mate.*

*How're you, mate?*

*Sorry, mate, I'm afraid I must be off now.*

*Thanks, mate.*

Встречаются также пришедшие из американского обращения *kiddo, lass*:

*'Hi, kiddo, how're you feeling?'* (J. Asher) (молодая женщина обращается к своей подруге);

*'Hey, Johnny.'*

*'Hey there, lass'* (J. Colgan) (обращение к девушке-коллеге).

При неожиданной встрече после долгого отсутствия контакта возможно обращение *stranger*:

*Hello, stranger. Fancy coming over for a chat?* (другу).

*Well, hello, stranger* (преподаватель — студенту, пропустившему много занятий, с иронией).

Проявление интимности в обращениях в целом не столь характерно для английского коммуникативного поведения, как для русского. В молодежной среде тенденция избегать интимности наблюдается в еще большей степени, для чего, как уже отмечалось, вместо имени употребляются обращения *mate, buddy*. С этой же целью при обращении к близким друзьям часто употребляются бранные слова (*swear words*), которые в данной ситуации являются своеобразным знаком близости. Так, среди образованной интеллигентной молодежи широко распространенными являются следующие приветствия: *Oh, you bastard you / How are things going, you sonuvabitch*. Также в качестве обращений можно услышать: *bollocks, shiester, shithead, mother-fucker* и другие слова, относящиеся к бранной лексике, которые в данной коммуникативной ситуации являются нейтральными и выполняют функцию маркеров близких отношений.

Примеры таких обращений можно встретить и в художественной литературе:

(из дружеского разговора двух подруг — образованных женщин тридцати лет):

*'The phone's blipping. There's someone else trying to get through. I'll call you back.'*

'OK. But remember, you, *silly bitch*, it's great news, yeah?' (J. Asher)

(неожиданная встреча двух друзей-бизнесменов):

'What the *bloody hell* are you doing in Washington, Harry?' muttered Chipchase through a cheesy grin.

'I told you. *Business. Business my left buttock*' (R. Goddard).

Данный факт, а также допустимость обращения по имени к лицам, старшим по возрасту и социальному статусу, является свидетельством демократизации в обращениях: функциональные сдвиги в английской системе ФО происходят по направлению снизу вверх, т. е. то, что относительно недавно выходило за рамки вежливого общения, становится допустимым.

**Местоименные формы обращения.** Одной из особенностей обращения в английском и русском языках является несовпадение местоименных форм. Как известно, в английском языке существует единственная местоименная форма обращения *you*. В русском языке имеются две формы: *ты* и *Вы*, передающие различные нюансы отношений между коммуникантами (см. [Апресян 1988; Формановская 1998]).

Выбор той или иной формы зависит от разных факторов: степени знакомства коммуникантов и характера взаимоотношений между ними (т. е. от горизонтальной дистанции), статусно-ролевых позиций партнеров (от вертикальной дистанции) и обстановки общения (официальной/неофициальной).

Среди разнообразных прагматических функций, выполняемых русскими местоименными формами, основные сводятся к тому, что *ты* является маркером интимности и равенства, *Вы* — дистантности и неравенства. Наличие данных форм свидетельствует о том, что для русской коммуникативной культуры является актуальным противопоставление по признакам «свой — чужой», «равный — неравный». В английской коммуникации, которая характеризуется одинаковыми отношениями между «своими» и «чужими» (а точнее, где нет такого противопоставления) и равными отношениями между лицами разного возраста и статуса, такая потребность отсутствует.

Наличие в русском языке уважительного *Вы*, сигнализирующего о формальности и неравенстве отношений между коммуникантами, естественно для культуры с относительно высоким уровнем вертикальной дистанции. С ее помощью передаются асимметричные отношения, когда нижестоящий обращается к вышестоящему на *Вы*,

а в ответ слышит *ты*. В английской коммуникативной культуре, где важной ценностью является равенство, подчеркивание статусной асимметрии нетипично. Обладающие властью не демонстрируют ее, а напротив, стремятся эту власть скрыть, что проявляется в допустимости обращений по имени к лицам, старшим по возрасту и социальному положению.

#### 4.3.3. Основные особенности обращений в английской и русской коммуникативных культурах

Обобщая наши наблюдения, отметим, что английские ФО имеют ряд особенностей, они отличаются от русских ФО на структурном, функционально-семантическом и коммуникативном уровнях.

Среди основных особенностей, характерных для английских обращений, выделяемых при их сопоставлении с русскими, можно отметить следующие:

- количество ФО, употребляемых как на официальном, так и на неофициальном уровне общения, в английском языке меньше, чем в русском; английские ФО передают меньший спектр стилистических оттенков, меньший спектр отношений между участниками коммуникации;

- ситуации употребления ФО не всегда совпадают;

- при обращении к незнакомому адресату в английском общении основной формой является нулевое обращение, при обращении к группе лиц преобладает не прямое, а косвенное обращение; русские коммуниканты проявляют тенденцию к номинации адресата;

- ФО *sir/madam*, сигнализирующие об асимметричности ролевых отношений между участниками коммуникации и употребляющиеся «младшими» (как по социальному положению, так и по возрасту) при обращении к «старшим», возможны в очень ограниченных ситуациях;

- при обращении к знакомому адресату основными ФО являются *Mr/Mrs/Ms + фамилия*, употребляемые как в официальной, так и нейтральной ситуациях общения и сигнализирующие о дистантности отношений, а также обращение по имени, допускаемое в многочисленных коммуникативных ситуациях;

- в английской коммуникативной культуре вежливо быть неформальным, характерен быстрый переход на обращение по имени, допустимы обращения по имени к лицам, старшим по возрасту и/или социальному положению;

- русское общение отличается более формальным характером, в русской коммуникации вежливо демонстрировать старшим их статусное/возрастное превосходство, малознакомым — социально-психологическую дистанцию;

- термины родства в качестве ФО в английской коммуникации употребляются только по отношению к родственникам (и то ограничено, часто они заменяются именем); в русской сфере их употребления шире;

- английские сокращенные и уменьшительные формы личных имен не передают того спектра эмоциональных коннотаций, который характерен для русских; из всех существующих вариантов, как правило, используется лишь один, который становится традиционной, общепринятой и нейтральной формой обращения к конкретному адресату, употребляемой всеми окружающими;

- выражение интимности не характерно для английских обращений, в силу этого личные имена в некоторых ситуациях могут заменяться такими обращениями, как *mate*, *buddy* и даже словами, относящимися к разряду бранных.

Данные различия можно объяснить с культурологических позиций. Тот факт, что в английской коммуникации возможно обращение по имени в адрес лиц, занимающих более высокое социальное положение, или значительно старших по возрасту, что традиционно не допускается в русском общении даже при неформальных отношениях, обусловлен индивидуалистическим типом культуры, характеризующимся незначительной статусной дистанцией (вертикальная шкала) и утверждающим принцип равенства. Как отмечает Г. Хофштеде, в индивидуалистических культурах лица, обладающие властью, стараются не демонстрировать эту власть и выглядеть менее властными (*Powerful people try to look less powerful than they are*), в то время как в коллективистских, наоборот, люди, обладающие властью, стараются выглядеть как можно более значимыми (*Powerful people try to look as impressive as possible*) [Hofstede 1991: 43]. То же касается и отношений *преподаватель — студент*: если в коллективистских культурах принята уважительная манера обращения студентов к преподавателям (*Students treat teachers with respect*), то в индивидуалистических студенты относятся к преподавателям как к равным (*Students treat teachers as equals*) [ibid.: 37].

Неформальность в обращениях, характерная для английской коммуникативной культуры, является также результатом процесса демо-

кратизации общества. Достаточно свободное употребление имен при обращении «снизу — вверх» и даже прозвищ (nicknames) в английской коммуникации является конвенциональной стратегией вежливости сближения, которая в меньшей степени характерна для русского общения.

Для русской коммуникации в силу большей статусной дистанции характерны большая асимметричность ролей и формальность. В центре внимания находятся статусно-ролевые отношения между участниками коммуникации, свидетельством чему являются следующие факты:

- наличие, помимо местоименного обращения на *ты*, уважительной формы обращения на *Вы*, которое при этом пишется с большой буквы (в отличие от английского языка, где с большой буквы пишется местоимение первого лица 'I');
- наличие такой ФО, как имя-отчество,
- недопустимость обращения по имени к людям, старшим по возрасту и/или положению<sup>16</sup>.

Данные различия сказываются на стилях коммуникации: английский стиль является в большей степени *неформальным*, его можно назвать *лично-ориентированным* [Gudykunst & Ting-Toomey 1990: 109], так как для него характерны неформальность, симметричность взаимоотношения между участниками коммуникации, акцент делается на их равенство; русский стиль является в большей степени *статусно-ориентированным*, для него характерны формальность, асимметричность, подчеркивание неравенства и дистанции в отношениях.

В то же время русские коммуниканты проявляют большее стремление назвать адресата, что является демонстрацией интимности и объясняется меньшей социально-психологической дистанцией между ними. Предпочтение английскими коммуникантами нулевой формулы обращения при общении с незнакомыми свидетельствует об их желании продемонстрировать дистантность в отношениях.

Тот факт, что русские ФО многочисленнее и разнообразнее, ими передаются различные эмоциональные оттенки, они несут больше информации об отношениях между коммуникантами, предопреде-

<sup>16</sup> Во всяком случае, такое ограничение характерно для русской традиции; тот факт, что в настоящее время наблюдается тенденция обращаться по имени к старшим по статусу и/или возрасту, свидетельствует о меняющихся культурных ценностях и стереотипах поведения.

ляется коллективистским типом культуры. Данные различия свидетельствуют о том, что русский коммуникативный стиль является, по терминологии У. Гудикунста [ibid.: 112] *аффективным* (или *эмоционально-интуитивным*), в то время как английский — *инструментальным*.

Знание данных коммуникативных особенностей позволяет вести себя в соответствии с ожиданиями партнера, правильно интерпретировать его отношение и передавать свое, уметь определять социальные роли, что чрезвычайно важно для успешного межкультурного общения.

#### 4.4. Прагматика английского сквернословия

При анализе английских формул обращений уже отмечалось, что в качестве апеллятивов в некоторых ситуациях могут выступать бранные слова, которые в этом случае являются нейтральными и выполняют функцию маркеров близких отношений. Поскольку широкое и достаточно свободное употребление ненормативной лексики (бранных слов) (*swear words*), является удивляющей и бросающейся в глаза особенностью современного английского коммуникативного поведения, стоит отдельно остановиться на этом вопросе.

Предлагаемые ниже рассуждения могут показаться спорными и неоднозначными русскому читателю и вызвать критику. Тем не менее они являются результатом длительных наблюдений и обсуждений с англоязычными (английскими и ирландскими) лингвистами и указывают на некоторую тенденцию, характерную не только для английского коммуникативного поведения, а постепенно приобретающую, нравится нам это или нет, всеобщий характер.

Как известно, сквернословие имеет свою национально-культурную специфику (см. [Жельвис 1997]), которая проявляется при сопоставительном анализе употребляемых бранных слов в различных культурах. Допустимость их употребления также культурно вариативна. Что касается английской и русской коммуникативных культур, то осмелюсь утверждать, что сфера употребления ненормативной лексики в английской коммуникации, где они воспринимаются как допустимые, шире, чем в русской. Как справедливо отмечает И. В. Арнольд, бранные слова возможны в предложениях любого типа, они факультативны по своим синтаксическим связям, синтак-



сически многофункциональны и могут выражать как отрицательные, так и положительные эмоции и оценки [Арнольд 2005: 357].

Широкое употребление бранных слов в повседневном общении явилось следствием демократизации общества, что нашло отражение в демократизации речи (подтверждением чему являются и изменения в употреблении формул обращений). То, что сейчас происходит в современном английском языке, можно охарактеризовать как изменение языкового престижа. Если традиционно престижным был язык «верхов», язык образованной интеллигенции, то сейчас, как следствие демократизации общества, престижным становится язык «низов», то есть изменения в коммуникации происходят по направлению «снизу вверх»<sup>17</sup>.

По нашим наблюдениям, употребляя бранные слова, коммуниканты преследуют ту же цель, что и при использовании жаргона и диалекта — приблизить собеседника, минимизировать дистанцию, продемонстрировать полное равенство. Напомним, что среди стратегий вежливости сближения (*positive politeness*) П. Браун и С. Левинсон называют такую, как *Use Hearer's language or dialect* — «используйте язык, на котором говорит собеседник». При этом в первую очередь авторы имеют в виду использование диалектных слов, жаргона, местной терминологии — того, что является внутригрупповым языковым кодом (*'in-group code language'*) [Brown, Levinson 1987: 124]. Однако сюда можно отнести и ненормативную лексику. Так же, как диалект, жаргон и сленг, эти слова являются маркером внутригрупповой принадлежности и средством устранения интерперсональной границы. Грубоватая фамильярность создает эффект «принадлежности к своим». Подтверждение этому находим у С. Эгинс и Д. Слейд [Eggins, Slade 1997], которые называют бранные слова (*swear words*) среди средств установления интимности, вовлеченности, присоединенности (*'involvement', 'intimacy', 'affiliation'*) [там же: 144] наряду с обращениями и сленгом: *'Involvement includes the use of vocatives, slang, anti-language and taboo words (bloody/shitty/fucking)'* [там же: 124]. Авторы отмечают, что в речи эти слова могут выступать в нескольких функциях: как единицы оценки (*'appraisal items'* — *Reminded me of my wife. She was bloody silly too*); как средства амплификации (*'amplification resources'* — *'You've got a mouthful of bloody apple-pie there'*) и как средство вовлечения: *'Autonomous expressions*

<sup>17</sup> Комментарии доктора Сары Смит.

*of swearing (Bloody hell!) are considered resources of involvement'* [там же: 135].

Кроме того, сквернословие является средством экспрессивности, что важно для языка, в котором практически отсутствуют суффиксальные выразительные средства. Складывается впечатление, что с их помощью коммуниканты в какой-то степени пытаются компенсировать недостаток этих средств в английском языке.

Как было замечено А. Вежбицкой, англосаксонское табу на проявление эмоций не касается всех чувств в равной степени. В австралийской культуре употребление бранных слов вполне допустимо и является проявлением сильных мужских чувств [Wierzbicka 1991: 95].

Многочисленные факты свидетельствуют о том, что и англичане, и ирландцы, в еще большей степени американцы (см. [Джонсон 2002]), также довольно свободно используют бранные слова. Их употребление вполне допустимо в дружеском общении равных собеседников и часто не зависит от уровня образования, социального положения, возраста или пола. Такие слова, как *hell*, *bloody hell*, *bastard*, *shit*, часто употребляются в дружеской обстановке, и даже самое сильное в английском лексиконе слово *fuck*, как и все его производные (*fucker*, *fucking*, *fuck off*, *fuck about*, *fuck-up* и др.), не являются более столь шокирующими, как это было еще недавно. Они слышатся в разговоре интеллигентных людей, звучат с экранов телевизоров, встречаются в художественной литературе:

*I'm sorry. I'm just so completely fucked off with myself* (J. Colgan) (молодая женщина — своим друзьям).

*I'm really going mad here. I'm not even sure I'm real any more. For Christ's sake let me do something normal, let me make you a coffee, for fuck's sake* (J. Asher) (молодая женщина — другу).

*A leery smile spreads across his face. 'Brilliant,' he said to my breasts. 'Absolutely fucking brilliant. <...> You, my darling, are an absolute fucking genius'* (H. Fielding) (режиссер ТВ студии — новой сотруднице).

Это так называемый «дружеский мат», который при соблюдении соответствующих условий места и времени не является нарушением языковой нормы [Жельвис 2003: 90].

Следует отметить, что данная тенденция характерна для последних десятилетий. Как пояснил почтенный профессор лингвистики, если его отец практически никогда не употреблял слов сильнее, чем *damn* (в состоянии крайнего раздражения он мог сказать *bloody c*

последующими извинениями), то его двадцатилетний сын в разговоре с ним совершенно свободно употребляет слово *fuck*.

Следующие примеры, услышанные в реальной коммуникации, подтверждают эту тенденцию:

*I can't park there because of that fucker* (солидный джентльмен преклонного возраста — своей жене в присутствии автора).

*What the fuck is wrong with you?* (между друзьями).

*You'll never guess what the little bollocks did last week* (мать — подруге о своем трехлетнем ребенке).

*How's life, you little bastard* (дружеское приветствие).

*What the bloody hell are you talking about?* (между приятельницами).

*You look shit, my friend. You should have a rest* (молодая женщина — подруге).

*Everybody knows she has married a shit* (из разговора образованных женщин)<sup>18</sup>.

В романе современной ирландской писательницы Дженнифер Джонстон находим следующее подтверждение широкого использования обсценной лексики как коммуникативной особенности ирландцев: *'I seem to remember I used a lot of four letter words. He always hated that. He never came to terms with the fact that the Irish swear in all circumstances. It is part of the pattern of our language (J. Johnston) (Помнится, я употребляла много слов на три буквы (в английском языке — это слова на четыре буквы). Он терпеть этого не мог. Он никак не мог понять, что ирландцы сквернословят всегда и всюду. Это — особенность нашего языка).*

Отношение к сквернословью у англичан и ирландцев иное, чем у русских. Дело здесь прежде всего в том, что так называемые 'swear words' практически утратили свою семантику и превратились в элементы фатической коммуникации, выполняющие эмоционально-экспрессивную функцию. Так, например, слово  *fucking*  определяется в словаре следующим образом: "a common term of displeasure, which has lost most of its sexual connotation [DHE], *bollocks* — an expression of anger, or used perjoratively in reference to a stupid person [DHE]: *Who's the old bollocks you were talking to?* (Joyce, Ulysses); *Oh bollocks,*

<sup>18</sup> Приведенные здесь и в дальнейшем примеры были собраны в среде интеллигенции (студентов, преподавателей, бизнесменов), представителей среднего класса, а также взяты из художественной литературы, где героями произведений также являются представители интеллигенции.

*you have dropped my keys under the car* [MED]. Словари отмечают также употребление слова *bollocks* в значении «чепуха»: *You know that's a load of bollocks* [MED].

В словарях бранные слова приводятся с пометами *taboo*, *slang*, *impolite*, *offensive*, однако сам факт их широкого присутствия в лексикографических справочниках в разных значениях и с примерами употребления свидетельствует, на наш взгляд, об их большей допустимости и меньшей табуированности, чем в русском языке. *Macmillan English Dictionary* [MED], представляющий собой учебный словарь, приводит около двадцати словарных статей со словом *fuck* и его производными. Не обходит его вниманием *Longman Dictionary of English Language and Culture* [LDELС] и другие лексикографические издания.

Наблюдения показывают, что десемантизация данных слов в современной коммуникации достигла еще большей степени, чем это зафиксировано в словарях. Во многих случаях употребления отмеченные слова выражают не только отрицательные эмоции (досаду, гнев, раздражение, презрение), но и положительные, подтверждением чему являются следующие примеры:

*What fucking drink are you going to have?* (предлагая напиток другу).

*Where the fuck are you going?* (обращаясь к другу).

*What the fuck are you doing here?* (при неожиданной встрече друзей).

Некоторые примеры из художественной литературы:

*'What a bloody waste, he thought. A waste of a rare and special man. And such a young man'* (молодой человек о смерти друга) (В. Bradford).

*'I don't mind telling you, I've missed you like bloody hell, my love.'*  
— *'Oh, Shane darling. Yes... I know what you mean'* (из разговора мужа и жены) (В. Bradford).

*'You know, you need a break. You've been working your ass off lately'* (W. Holden) (сотрудница престижной фирмы — своей старшей коллеге).

*'Listen, Bridge, I'm really sorry, I've fucked up.'*

*'Why?'*

*'I can't make Prague next weekend'* (H. Fielding) (молодой человек извиняется перед своей девушкой за то, что не может выполнить обещание поехать в Прагу на выходные).

Прилагательное *little*, употребляемое в сочетании с бранным словом, придает ему дружеское и даже ласкательное звучание:

'*You're a right, little bastard*' (девушка — парню, с нежностью).  
'*Come here, you little bollocks*' (мать — своему трехлетнему сыну с любовью).

Слово *bollocks* является очень грубым в английском языке, однако в сочетании с прилагательным *little* оно приобретает ласкательное значение.

В некоторых случаях словари фиксируют подобную энантиосемию, когда в одной лексеме сочетаются противоположные значения. Так, НБАРС отмечает следующие значения слова *bugger*: 1. груб. мерзавец, тип; *You are a bugger!* — *Ах ты сволочь!* 2. разг. ласк. *шельмец* (о мальчике, собаке); *poor bugger* — бедняжка. О том, что это слово употребляется в дружеском общении, свидетельствует следующий пример: *You are a silly bugger* (дружеское восклицание после прозвучавшей шутки).

При анализе употребления «swear words» также следует различать эмоциональную коммуникацию и эмотивную. В тех случаях, когда вышеназванные лексемы передают отрицательные эмоции, они выступают как единицы эмоциональной коммуникации, когда же отрицательное значение отсутствует, они выполняют экспрессивную функцию и являются единицами эмотивной коммуникации. Именно в последнем случае 'swear words' используются для реализации стратегии позитивной вежливости как маркеры внутригрупповой принадлежности (при обращении к равным и в соответствующей коммуникативной ситуации), как средство стирания интерперсональных границ.

Утратив свое значение, они выступают интенсификаторами различных частей речи:

интенсификаторы прилагательных:

'*God, you're so bloody dull, Ria. You have nothing on your mind but Danny.*' — '*I can't tell you how sorry I am. Please tell me again.*' (две подруги) (M. Binchy).

'*Was it Napoleon who said he wanted generals that were lucky?*' — '*He was bloody right if that's what he said*' (M. Binchy).

'*Tell me, was it a good summer?*' — '*No, it was a bloody awful summer*' (из разговора двух подруг).

'*They're bloody awful most of the time! But I must admit, I do love them*' (муж — жене о детях).

'*That wind is damn strong*' (муж — жене).

*'Oh, for God's sake, man! Don't be so fucking stupid. Don't you understand what I've been trying to tell you?'* (J. Asher) (молодая женщина — другу).

интенсификаторы наречий:

*'I think you're out of your depth and quite bloody possibly out of your minds as well'* (R. Goddard).

*'Emily told me every single one of them was raising hell earlier'* (муж — жене о детях) (B. Bradford).

интенсификаторы глаголов (страдательных причастий):

*'You must please yourself, dear'. — 'I shall! I bloody shall'* (D. Porter).

*'I'd only known your mother for one hour when I realised I wanted to marry her, and I was hell bent on getting her'* (M. Binchy).

Во всех приведенных примерах бранные слова используются в ситуациях дружеского общения как десемантизированные единицы, выступающие в эмоционально-экспрессивной функции. Их основное прагматическое значение — продемонстрировать собеседнику расположенность, взаимопонимание, равенство отношений, отсутствие каких-либо границ.

В ситуации раздражения, гнева бранные слова употребляются в английской коммуникации еще более свободно, как в нижеследующих примерах.

Муж говорит жене о детях:

*'Where are those goddamn children on their bloody boat, and what the hell did you let them go off for?'* (B. Bradford).

Разговор супругов, разбуженных их новорожденным ребенком:

*'What's up?' She snarled.*

*'Theo. He's crying.'*

*'Oh, for fuck's sake.' Amanda snapped. 'What the fuck's the fucking matter with him now?!'*

*'He's a fucking baby, Amanda. That's what the fucking matter with him.'*

*'What's that fucking old bat doing then?'*<sup>19</sup> *Amanda demanded furiously. 'She's supposed to fucking see to him in the fucking night.'*

*'Fuck knows,' groaned Hugo.* (W. Holden)

Приведенные факты и примеры свидетельствуют о том, что для современного английского стиля коммуникации характерна достаточно высокая терпимость к сквернословью.

<sup>19</sup> Речь идет о няне.

В русском языке, который, как известно, обладает богатым словарем ненормативной лексики, бранные слова в большей степени сохранили свое значение и имеют более выраженную негативную коннотацию. Они воспринимаются как непристойные, являются в большей степени табуированными и недопустимы в вежливом общении (в интеллигентной среде), особенно в присутствии женщин, что свидетельствует о меньшей терпимости к ним. Хотя явления, наблюдаемые в последнее время, к сожалению, свидетельствуют о том, что в русской коммуникации все заметнее те же процессы, которые мы наблюдаем в английской. Обсценная лексика все чаще встречается в разных сферах общения, в том числе в речи образованных людей. Л. П. Крысин отмечает ее распространенность в актерской, писательской, журналистской среде [Крысин 2004: 263]. При этом, если раньше она чаще использовалась мужчинами, то теперь роль гендерного фактора снижается.

Тем не менее в русской коммуникативной культуре, по нашим наблюдениям, все же существует больше ограничений на употребление обсценной лексики. Важно отметить, что как в англоязычной коммуникации, так и в русской, в дружеском общении она выполняет не функцию инвективы, а используется в качестве средства экспрессивности и как знак принадлежности к группе.

Знание отмеченных различий в употреблении бранных слов важно для адекватной интерпретации коммуникативных намерений собеседника, для понимания его отношения и оценки ситуации в целом, для предотвращения коммуникативных неудач.

Их учет важен также в переводческой практике, поскольку, как отмечалось, подобные слова часто встречаются на страницах современных художественных произведений англоязычных авторов, звучат с кино- и телеэкранов. Учитывая тот факт, что английские и русские бранные слова зачастую имеют различные коннотации, они не должны переводиться буквально. Задача переводчика — передать эмоциональное звучание реплики, подобрав адекватные по тональности русские языковые средства, которые при этом являются допустимыми в подобных коммуникативных контекстах.

В качестве удачного примера можно привести перевод на русский язык американского фильма Стивена Содерберга «Эрин Брокович: красивая и решительная» (“Erin Brokovich”), в котором главная героиня, красивая молодая женщина по имени Эрин, не скупится на употребление бранных слов:

*That asshole smashed my fucking neck* (выйдя из себя, в зале суда) — *Этот дурак врезался в мою чертову шею.*

*That's all you have, lady. Two wrong feet and fucking ugly shoes.* (женщине — коллеге). — *Это все, что у вас есть, леди. Две не те ноги в уродливых туфлях.*

*Fuck.* — *Проклятие.*

*Shit.* — *К черту.*

*Bullshit.* — *Чепуха.*

*Bullshit* (начальнику). — Не переводится.

*Oh, shit* (дама с манерами в состоянии крайнего удивления). — *Господи помилуй!*

Перевод подобных текстов требует от переводчиков тонкого языкового чутья, хорошего вкуса и такта.

#### 4.5. Сопоставительный анализ поведения англичан и русских в отдельных коммуникативных ситуациях

В качестве иллюстрации к тому, что было сказано относительно использования английскими и русскими коммуникантами стратегий вежливости сближения, приведем результаты анализа их поведения в некоторых ситуациях общения, полученные в результате эмпирического эксперимента (подробно см. Приложение 3, а также [Ларина 2004]). Объектом анализа были речевые действия, совершаемые английскими и русскими коммуникантами в одних и тех же ситуациях общения, реализуемые при этом коммуникативные стратегии, сами речевые формулы и их количество<sup>20</sup>. Другими словами, ставилась задача ответить на вопросы: какие речевые действия совершают английские и русские коммуниканты в предложенных ситуациях общения, каким стратегиям вежливости они отдают предпочтение и какие речевые формулы употребляют. Также обращалось внимание на количество реплик-реакций и их наиболее типичную комбинацию.

<sup>20</sup> Поскольку в одной и той же коммуникативной ситуации совершалось, как правило, более одного действия, сумма различных речевых действий, представленных в таблицах в Приложении 3, нигде не равна 100 %.



### 4.5.1. Ситуация «Ответ на приглашение»

В главе, посвященной вежливости дистанцирования, уже рассматривался РА *Приглашение*, в частности, ситуации «Ваш друг приглашает вас прийти к нему на обед» (*Приходи ко мне в воскресенье. Пообедаем вместе. / Would you like to come to dinner next Sunday?*) и «Ваш друг приглашает вас к себе на день рождения» (*Приходи ко мне на день рождения / Would you like to come to my birthday party?*). Здесь рассмотрим, как ведут себя англичане и русские, отвечая на эти приглашения<sup>21</sup>.

Сопоставительный анализ показал, что в целом английские и русские коммуниканты, отвечая на приглашение, используют одинаковые в семантическом отношении реплики, основными среди которых являются :

- оценка приглашения, выражение отношения к нему,
- благодарность,
- согласие прийти,
- обещание прийти (заверение).

Тем не менее в отношении предпочтения, отдаваемого той или иной реплике, экспрессивности ответа и его длине, выявляются существенные различия, указывающие на использование различных коммуникативных стратегий, характерных для сопоставляемых лингвокультур. Остановимся на важнейших из них.

**Первое различие** касается частотности употребления отмеченных реплик и значения ядерной реплики. Интересно, что реплика со значением благодарности не оказалась доминирующей ни в английском, ни в русском материале.

Ответы английских информантов отличались удивительной однотипностью. В обеих ситуациях в подавляющем большинстве случаев (93,5 % и 81 %) приглашенный выражал свое отношение к приглашению. Реплика с экспрессивной оценкой к факту приглашения, яркой положительной эмоциональной реакцией на него составила семантическое ядро ответов англичан. Это были либо личные, либо безличные модели с сильными экспрессивными элементами: *I'd love to / I'd love to come / I'd be delighted / I'd be thrilled and honoured / Great / Brilliant / Cool / That would be great / That sounds great / That sounds fantastic / That would be lovely*. Наиболее частотными оказа-

<sup>21</sup> Результаты анализа данных представлены в Приложении 3, Таблицы № 1–2.

лись *I'd love to* и *That would be great*. Часть информантов (8,1 %) использовала в своем ответе обе эти модели: *Great. I'd love to / That would be great. I'd love to come*.

Русские ответы также содержали оценку, однако в значительно меньшем количестве (24 %). Кроме того, они не столь разнообразны и экспрессивны, как английские. Ср.: *Я буду очень рад(а) / С радостью / С удовольствием / Отлично / Здорово*. Семантическим ядром ответов русских коммуникантов оказалось обещание прийти (заверение). В приглашении на обед его дали 45 % информантов (*Обязательно / Конечно приду / Приду*), в приглашении на день рождения — 60%. (*Обязательно / Конечно / Естественно (приду) / Как я могу не прийти*). Англичане употребили реплику-обещание в очень ограниченном количестве (3,2 % — в первой ситуации и 13,5 % — во второй).

Также русскими часто давалось согласие, которое почти в половине случаев представляло собой самостоятельный ответ на приглашение: *Хорошо / Ладно (приду) / ОК*. Интересно отметить, что, отвечая на приглашение на обед, некоторые русские информанты (11,5 %) дали неопределенные ответы, выразили неуверенность в возможности принять его (*Посмотрю, если смогу / Не буду обещать, еще позвоню / Постараюсь / Очень постараюсь*), чего не встретилось в ответах англичан. Данный факт подтверждает существование культурно обусловленных различий в отношении ко времени и к планированию своей деятельности, характерных для представителей монохронных и полихронных культур.

В ряде случаев согласие сопровождалось условием: *Хорошо. Если смогу. / Хорошо. Если у меня будет время. / Хорошо. Но только во второй половине дня*. Часть (5,7 %) ответила отказом (*Извини, не смогу / Извини, в это воскресенье никак не получится*), нанося таким образом урон лицу приглашающего (отметим, подобные реплики были самостоятельными ответами, то есть не сопровождались другими). Данные различия являются очередным свидетельством того, что русские более ориентированы на информативность, а не на сохранение лица и в меньшей степени используют стратегии, нацеленные на то, чтобы сделать приятное собеседнику.

В английском материале согласие прийти выразили примерно треть информантов, чаще всего в виде реплик *Yeah / Yes / ОК*. Однако как самостоятельные ответы они практически не употреблялись, за ними всегда следовала оценочная реплика, выражающая эмоциональ-

ное отношение к приглашению, цель которой — оказание коммуникативной поддержки приглашающему: *Yeah, I'd love to / Yeah, that would be great (lovely) / Yeah, that sounds great (cool)*. В ответах на приглашение на день рождения небольшая часть английских информантов (13,5 %) выразила обещание прийти: *I wouldn't miss it / I wouldn't miss it for the world / I'll definitely come / Sure, I'll be there*.

И русские, и английские коммуниканты, как уже отмечалось, сопровождали свой ответ благодарственной репликой, однако англичане выражали благодарность чаще и экспрессивнее. Ни в одном из английских ответов реплика с эксплицитной благодарностью не была самостоятельной, то есть единственной. Она всегда сопровождала оценку: *I'd love to. Thank you very much. / That would be great. Thank you very much. / That sounds great. Thank you for asking*. Русские реплики-благодарности сопровождались обещанием (заверением) прийти: *Большое спасибо. Обязательно приду. / Конечно, приду. Спасибо. / Спасибо. Я буду*. В качестве самостоятельных ответов они также не использовались.

Таким образом, ответы русских коммуникантов чаще всего содержали информацию о том, придут они или не придут, т. е. носили информативный характер; ответы англичан были в большей степени ориентированы на выражение своего отношения к полученному приглашению, то есть на проявление внимания к приглашающему и оказание ему коммуникативной поддержки.

**Второе различие** касалось степени экспрессивности, выразительности ответов. Эта особенность проявилась наиболее наглядно в оценочных репликах, в которых коммуниканты выражали свое отношение к приглашению. Основное различие касалось, как уже отмечалось, частотности их употребления: англичане выражали свое эмоциональное отношение к приглашению в 4 раза чаще, чем русские, в первой ситуации (93,5 % и 24 % соответственно) и в 3,5 раза чаще во второй (81 % и 23,5 %). Существенные различия проявились также и в выразительности использованных языковых средств. Сравните: *I'd love to come / I'd be delighted to come*. — *Я буду очень рада прийти / С удовольствием*.

Среди безличных оценочных высказываний, которые были использованы англичанами в среднем в 6 раз чаще, чем русскими, встретились следующие модели: *Great / Brilliant / That would be great / That sounds great / That sounds fantastic / That would be lovely / That would be great fun*. Русские коммуниканты употребили лишь три мо-

дели: *Замечательно / Отлично / Здорово*. (При этом подчеркнем, что они встретились всего в 7,4% случаев в ситуации 1 и в 5,4% в ситуации 2).

Более высокая степень экспрессивности характерна и для английских реплик с другими значениями. Так, в ситуации 1 половина реплик со значением благодарности представляла собой высказывания с интенсификаторами (*Thank you very much / Thanks a million*), в ситуации 2 — 38,4%. В русском материале в ситуации 1 все 100% реплик-благодарностей состояли из одного слова — *Спасибо*. В ситуации 2 *Большое спасибо / Огромное спасибо* употребили 27,7% информантов.

**Третье различие** касалось длины ответа.

Половина русских информантов ответила одной репликой (чаще всего это было согласие: *Хорошо, приду.*); чуть меньше — двумя (*Хорошо, приду. Спасибо / Спасибо большое. Обязательно приду*) и незначительное количество (3,8% в ситуации 1 и 8,2% в ситуации 2) — тремя (*Отлично. Спасибо. Конечно, приду / С удовольствием. Большое спасибо. Обязательно приду*).

Англичане отвечали в основном двумя репликами, при этом обязательной была оценочная реплика: *Yeah, I'd love to / That would be great. Thank you / I'd love to. Great / Great. I wouldn't miss it*. Многие (особенно в ситуации 1 — 31,5%) использовали три реплики:

согласие + оценка + благодарность: *Yeah. That sounds great. Thank you for asking;*

оценка + оценка + благодарность: *I'd love to. That would be great. Thank you very much;*

оценка + обещание + благодарность: *Brilliant. I'll definitely come. Thanks.*

Таким образом, стратегия вежливости *будьте многословны* также оказалась более типичной для английского коммуникативного поведения.

Заслуживают внимания и ответные реплики приглашающего, где проявились те же различия. В половине английских ответов, помимо уточнения времени встречи, также содержалась эмоциональная оценка приглашающего в ответ на принятие его приглашения: *Great / That's great / Nice / That's very nice / I'm delighted you can come*. Таким образом, получив коммуникативный подарок в виде благодарности или положительной эмоциональной реакции на приглашение, английские коммуниканты тут же посылают в ответ свой, что являет-

ся характерной чертой английского коммуникативного поведения. В результате весь мини-диалог представляет собой экспрессивный и многословный обмен любезностями:

1. *'Would you like to come to dinner next Sunday?'*  
*'That would be lovely. Thank you very much.'*  
*'Great. I look forward to it.'*
2. *'Would you like to come to dinner next Sunday?'*  
*'Yes, that would be great. Thanks.'*  
*'OK. That's great. I'm delighted you can come.'*
3. *'Would you like to come to my birthday party?'*  
*'I'd love to. That would be great. Thank you very much.'*  
*'Great. See you around seven then.'*
4. *'Would you like to come to my birthday party?'*  
*'Brilliant. I'll definitely come. Thanks.'*  
*'That is very nice. I look forward to seeing you.'*

В русских ответных репликах отношение к принятию приглашения выразили всего 24 % информантов (т. е. в два раза меньше): *Буду очень рада тебя видеть / Буду очень рада пообедать вместе / Я тебя буду ждать / Жду (с нетерпением) / Отлично, буду ждать / Здорово / Очень хорошо / Я знала, что ты не откажешь мне.* Чаще информанты употребляли нейтральное *Жду / Буду ждать*. В остальных случаях уточнялось время, место встречи, выражалось сожаление по поводу отказа и т. п. В нескольких случаях место для ответных реплик оказалось не заполненным вовсе.

В силу отмеченных причин русские диалоги оказались более краткими и сдержанными, по сравнению с английскими:

1. — *Приходи ко мне в воскресенье. Пообедаем вместе.*  
— *Хорошо. Приду.*  
— *Жду.*
2. — *Приходи ко мне в воскресенье. Пообедаем вместе.*  
— *Хорошо. Но только во второй половине дня.*  
— *Отлично. Буду ждать.*
3. — *Приходи ко мне на день рождения.*  
— *Большое спасибо. С удовольствием приду.*  
— *Буду ждать.*

4. — *Приходи ко мне на день рождения.*  
— *С удовольствием. Обязательно приду.*  
— *Вот и хорошо.*

Выявленные в результате сопоставительного анализа различия в коммуникативном поведении англичан и русских свидетельствуют о том, что коммуниканты в данной ситуации общения имеют разные целевые установки и используют различные коммуникативные стратегии. Русские, отвечая на приглашение, делают акцент на информативность, англичане — на внимание к собеседнику. Выражая свое эмоционально-оценочное отношение к приглашению, они демонстрируют заинтересованность в нем, подчеркивают его значимость, важность, оказывают собеседнику коммуникативную поддержку. Тот факт, что в основе русского ответа лежит *информативность*, английского — *эмотивность*, подтверждается также тем, что в русских ответах, состоящих из одной реплики, чаще всего выражалось согласие (*Хорошо, приду*), в английских ответах, состоящих из одной реплики, давалась оценка (*Great / That would be great / That sounds great / I'd love to / I'd be delighted*).

Отмеченные различия в поведении английских и русских коммуникантов связаны с различиями в системах вежливости. Они являются подтверждением того, что англичане в большей степени, чем русские, используют в повседневном общении такие стратегии позитивной вежливости, или вежливости сближения, как «уделяйте внимание собеседнику», «демонстрируйте подчеркнутый интерес к нему», «преувеличивайте симпатию», «дарите коммуникативные подарки», «оказывайте коммуникативную поддержку», «будьте многословны». В результате формируются такие черты английского стиля коммуникации, как эмотивность, гиперболизированная оценочность, демонстративная приветливость, ориентированность на форму.

Коммуникативное поведение русских в большей степени сводится к передаче информации, а не оказанию знаков внимания собеседнику, в которых по причине менее дистантных отношений они нуждаются в меньшей степени, чем англичане. Данная особенность приводит к тому, что русский стиль коммуникации отличают эмотивная умеренность, ориентированность на содержание, а не на форму, информативность и меньшая регламентированность коммуникативного поведения.

Выявленные различия позволили сформулировать ряд коммуникативных правил для ситуации «*Ответ на приглашение*», которые могут послужить рекомендацией для русских коммуникантов при их общении на английском языке.

#### **Отвечая на приглашение,**

- не ограничивайтесь выражением согласия и эксплицитной благодарностью;
- прежде всего, выражайте свое положительное эмоциональное отношение к приглашению одной или даже двумя репликами (*That would be great / That would be lovely / Great. I'd love to / Great. I'd be delighted to come*);
- делайте это в максимально экспрессивной форме; помните, что преувеличение является стратегией английской вежливости и не будет расценено как неискренность;
- дополняйте оценочную реплику благодарственной (*That sounds great. Thank you very much*);
- старайтесь дать ответ более длинный, чем это принято в русской коммуникации.

#### **4.5.2. Ситуация «Вы уходите из гостей»**

Сопоставительный анализ показал, что в целом английские и русские коммуниканты в данной ситуации общения также ведут себя весьма похожим образом: благодарят хозяев, дают оценку ужину (или вечеру в целом), приглашают к себе с ответным визитом, выказывают желание дальнейших контактов. Тем не менее, был выявлен ряд особенностей как в отношении используемых языковых средств, так и коммуникативных стратегий.

Основные различия и здесь касались:

- семантики ядерной реплики,
- частотности употребления реплик с той или иной семантикой,
- степени эмоционально-оценочной экспрессивности,
- количества употребленных реплик, т. е. длины ответа.

Основной репликой, используемой английскими коммуникантами, как и в предыдущей ситуации, оказалась оценка, которая давалась ими в два раза чаще, чем русскими, в русской — благодарность. Таким образом, оказалось, что в английской коммуникативной культуре при выражении благодарности за ужин важнее дать оценку, чем использовать реплику с эксплицитной благодарностью.

Чаще всего оценивался сам ужин (41,2 %) — *Dinner was lovely / delicious / really nice / great / wonderful*, также еда (20,5 %) — *The food (meal) was gorgeous / exquisite / lovely / beautiful*; треть ответов (35,3 %) содержала общую оценку вечера: *That was lovely / great / excellent / wonderful / very enjoyable / delicious and scrumptious*; четверть информантов использовали оценку-комплимент: *You outdid yourself, You really are a marvelous / excellent / superb / wonderful cook; Compliments to the chef. That was delicious.*

Английские респонденты проявили явную тенденцию к гиперболизации оценки через ее повторение (во многих английских высказываниях содержалось более одной оценочной реплики), а также использование экспрессивных языковых средств, усиливая таким образом свою благодарность: *Thanks very much for a lovely dinner. I really enjoyed the afternoon. / I had a great time. The food was gorgeous. / That was really great. You outdid yourself. Thanks for all that lovely food.*

Русские коммуниканты, употребившие оценочные реплики, также составили большую группу (74 %). Они оценивали в основном весь вечер в целом (56 %), включая и угощение, но демонстрировали при этом большую сдержанность: самая распространенная реплика — *Все было вкусно* (40 %), редко — *замечательно, прекрасно, великолепно, очень мило, очень приятно*; в оценке ужина, которую дали всего 7,2 % информантов, были использованы *вкусный / хороший / прекрасный*. Яркие оценочные прилагательные, подобные английским *great / gorgeous / exquisite*, для характеристики ужина (еды) русскими коммуникантами практически не употреблялись. Таким образом, оценка давалась русскими реже и менее экспрессивно.

Тенденцию к гиперболизации английские информанты проявили и в выражении своего личного отношения / впечатления, широко употребляя глагол *enjoy*: *I really enjoyed that / I really enjoyed the afternoon / I thoroughly enjoyed the meal / I have really enjoyed myself*. Подобные высказывания наряду с *I had a great time* были употреблены 30 % информантов.

В русских ответах личное отношение / впечатление выражалось намного реже (всего 5,4 %), и делалось это гораздо сдержаннее (Ср. *Я очень хорошо провела с тобой время*). Такое экспрессивное высказывание, как *Я получила истинное удовольствие*, встретилось лишь однажды.

Русские комплименты также звучали более сдержанно, чем английские, и употреблялись значительно реже. Ср.: *Ты, оказывается,*



*хорошо/отлично готовишь*. — *You really are a marvelous/excellent/superb/wonderful cook*. При этом в русских комплиментах, как правило, оценивалось действие адресата, в английских — его качество.

Реплика-благодарность, которая хотя и оказалась в русских ответах ядерной (ее употребили 78 % информантов), в английском материале встречалась чаще (91,2 %). Кроме того, английские реплики отличались бóльшим разнообразием и экспрессивностью, часто (64,7 %) содержали интенсификаторы: *Thank you very much / Thanks a lot / Thank you so much / Thanks a million*. Ответы, состоящие всего из одной реплики-благодарности, составили лишь 3 %, но и они содержали оценочные элементы: *Thank you for a delicious meal / Thanks very much for a lovely dinner*. В остальных случаях благодарственная реплика сопровождала оценочную.

В русском материале основной репликой, выражающей благодарность, оказалась однословная реплика *Спасибо*. Интенсификаторы *большое, огромное* встретились всего в 23,6 % высказываний.

Таким образом, эксплицитно благодарность, как и оценка, выражалась англичанами чаще, экспрессивнее и многословнее.

Реплики, содержащие ответные приглашения (*I'll have to invite you around some time now / You must come around to my house sometime / Приходи ко мне / Теперь я тебя жду в гости*), а также выражающие желание последующих встреч и контактов (*We'll have to do it again soon / I'll give you a call / Я позвоню / До скорой встречи*), не столь многочисленны, однако и они чаще встречаются в английском материале, чем в русском. Данный факт является еще одним свидетельством того, что приглашение в английской коммуникации часто используется в фатической функции как стандартная формула прощания и далеко не всегда свидетельствует о серьезных намерениях говорящего реализовать его. Прагматическая функция таких приглашений заключается в том, чтобы продемонстрировать симпатию к собеседнику.

Количество употребленных реплик явилось еще одной важной отличительной характеристикой. Хотя более половины ответов и англичан, и русских состояло из двух реплик, количество ответов из одной реплики у русских встречалось почти в три раза чаще, чем у англичан (25,5 % и 8,8 % соответственно), из трех реплик, напротив, почти в три раза реже (12,7 % и 32 %). В английском материале встретились также ответы, состоящие из четырех реплик. Таким образом, стратегия *будьте многословны* в данной ситуации, как и в предыду-

щей, оказалась более типичной для английского коммуникативного поведения, чем русского.

Комбинация нескольких реплик, непременно содержащих оценочную и сочетающих разнообразные выразительные средства, приводит к тому, что ответы англичан отличаются высокой степенью экспрессивности, что, как правило, воспринимается русскими как явное преувеличение:

*Thanks a million. That was very enjoyable. I had a great time.*

*Thank you very much. You were so kind to ask me and it was a beautiful meal. You outdid yourself.*

*I had a great time. That was a lovely dinner. The food was exquisite and I wish we did it more often. I'll have to invite you around some time now.*

Как видно из примеров, коммуниканты посылают собеседнику сигналы вежливости многократно: употребляя реплику-благодарность (*thank you*), интенсифицируя ее (*thank you very much/thanks a million*), давая эмоциональную оценку обеда и проведенному вместе времени (*the food was exquisite / that was a lovely dinner / I had a great time*), делая комплимент хозяйке (*You really are a wonderful cook / You outdid yourself*), выражая желание дальнейших контактов (*I wish we did it more often*), делая ответное приглашение (*I'll have to invite you around some time now*). Сигналом вежливости является также длина ответа.

Поведение русских коммуникантов отличается как в качественном, так и количественном отношении. Они реже дают оценку, используют меньшее количество экспрессивно-оценочных языковых средств и меньшее количество реплик. В результате в целом ответы русских оказались более краткими и сдержанными:

*Большое спасибо за обед.*

*Следующее воскресенье обедаем у меня.*

*Спасибо. Все было очень вкусно.*

*Спасибо за все. Теперь я жду тебя в гости.*

*Спасибо большое. Увидимся в университете. Я позволю.*

Различия в поведении англичан и русских в данной коммуникативной ситуации отражают различия в системах вежливости и являются подтверждением того, что англичане в целом в большей степени, чем русские, реализуют такие стратегии вежливости сближения, как «уделяйте внимание собеседнику», «демонстрируйте повышенный интерес, симпатию к нему», «дарите коммуникативные подарки», «будьте многословны».

Данные различия прослеживаются и в ответных репликах, которые также заслуживают отдельного рассмотрения.

В ответных репликах, помимо традиционных речевых формул, используемых в ответ на благодарность (*OK/That's OK/It's no problem/Don't mention it*), англичане использовали реплики, выражающие:

– эмоциональную оценку/отношение: *Great / It was great to see you / I'm glad you liked it / I'm glad you came / It was good fun / Pleasure / It was my pleasure;*

– комплимент: *You're a lovely company;*

– благодарность за визит: *Thank you for coming;*

– приглашение: *You are welcome / You're very welcome / You're always welcome / You're more than welcome / Any time. Come again;*

– желание продолжения контактов (во всяком случае, с точки зрения семантики данных реплик): *That would be nice to make it a regular thing / We must do it more often / I'll talk to you later.*

Отвечая на благодарность за прием, английские коммуниканты также проявили тенденцию к многословию. Единичные реплики, образованные стандартными ответами на благодарность (*No problem / Don't mention it / That's OK*), составили лишь 8,8%. Чаще это были реплики, выражающие оценку/отношение (*I'm glad you came*), благодарность (*Thank you for coming*) или приглашение (*You are very welcome*). Более половины высказываний (в 61,7%) представляли собой ответы из двух реплик: *Pleasure. Nice to see you. / Thank you for coming. You are a lovely company. / You are very welcome. I'm glad you liked it / That's OK. It was good fun / No problem. It was great to see you.*

Таким образом, отличительной особенностью английских ответов и в этой ситуации является то, что в них также широко используются оценочные реплики, которыми щедро обмениваются коммуниканты. В результате и в этой ситуации весь мини-диалог представляет собой экспрессивный и многословный обмен любезностями:

1. *'Thanks for dinner. It was lovely.'*  
*'No problem. It was great to see you.'*
2. *'Thank you very much for a lovely dinner. I really enjoyed the afternoon.'*  
*'You're more than welcome. I'm glad you liked it.'*
3. *'Thank you so much for such a delicious dinner.'*  
*'That's OK. It was a good fun. We must do it more often.'*

4. *'Thank you very much. That was wonderful, delicious and scrumptious'.*  
*'Thank you for coming. You're a lovely company.'*
5. *'Compliments to the chef. That was delicious. You must come around to my house some time. I'll ring you later.'*  
*'I am delighted you liked it. You are always very welcome.'*

Ответные реплики русских информантов также содержали стандартный ответ на благодарность (*Не за что / Не стоит*), благодарность за визит (*Спасибо, что пришли*), приглашение приходить еще (*Приходите еще / Буду рад снова видеть вас*), намерения дальнейших контактов (*Созвонимся / Увидимся в университете*), а также выражали эмоции/настроения хозяев (*Я очень рад, что тебе понравилось (что ты пришла) / Рад(а) была видеть тебя*). Однако степень их экспрессивности и частотность употреблений значительно уступала английским. Оценочные реплики употребили всего 16,3 % русских информантов, то есть они встречались в 2,5 раза реже, чем в английском материале. В результате весь русский мини-диалог является более кратким и сдержанным:

1. — *Спасибо за хороший вечер.*  
— *Тебе спасибо, что пришла.*
2. — *Спасибо за все.*  
— *Не за что. Мои двери всегда открыты для тебя.*
3. — *Спасибо за прекрасный обед. Было очень вкусно.*  
— *Не за что. Приходите еще.*
4. — *Спасибо за обед и хорошую компанию.*  
— *Рада, что тебе понравилось.*
5. — *Большое спасибо за обед. Все было замечательно.*  
— *Не стоит благодарности. Приходите еще.*

Проведенный сопоставительный анализ свидетельствует о том, что основные различия в коммуникативном поведении англичан и русских в данной ситуации общения (при большом сходстве в поведении) касаются использования коммуникативных стратегий. Англичане в большей степени, чем русские, используют стратегии вежливости сближения, или позитивной вежливости, стремясь проде-

монстрировать свое внимание, интерес, симпатию к собеседнику, заверение в которых в силу культурных особенностей имеет для англичан большее значение, чем для русских.

Таким образом, и в данной коммуникативной ситуации проявились уже выделенные нами особенности английского стиля коммуникации — гиперболизированная оценочность, эмоциональность, демонстративная приветливость, ориентированность на форму, многословность.

Русский стиль коммуникации, для которого использование отмеченных стратегий менее типично, характеризуют меньшая экспрессивность, большая сдержанность, лаконичность, коммуникативная естественность.

Данные различия позволили сформулировать коммуникативные правила, которые могут послужить рекомендацией для русских при их общении на английском языке:

#### Уходя из гостей,

- не ограничивайтесь репликой с эксплицитной благодарностью;
- помните, что наиболее конвенциональным способом выражения благодарности является выражение оценки;
- широко используйте эмоционально-оценочные реплики, содержащие оценку вечера (*That was great/wonderful/lovely*); оценку ужина (*Dinner was lovely / The food was gorgeous*); свое личное отношение (*I really enjoyed that / I had a great time*);
- преувеличивайте свое позитивное отношение, широко используя различные суперлативные единицы (*great / gorgeous / fantastic / superb / enjoyable*), средства интенсификации (*very, so, really*) и повторы;
- дарите подарки собеседнику в виде комплиментов в его адрес (*You really are a marvelous/excellent/wonderful cook*);
- помните, что преувеличение является стратегией английской вежливости и не будет расценено как неискренность;
- демонстрируйте свою заинтересованность в поддержании отношений, в дальнейших встречах и контактах, даже если вы знаете, что они вряд ли возможны;
- старайтесь быть более многословны.

### 4.5.3. Ситуация «Ответ на обещание помочь»

В данной ситуации рассматривалась реакция на обещание друга помочь отремонтировать машину (велосипед): *Если у меня будет завтра время, я зайду и посмотрю, что с ней (с ним) не так / If I have some time tomorrow I'll come round and see what's wrong with your car (bike).*

Набор реплик, используемый английскими и русскими информантами, на этот раз несколько различался.

Англичане давали оценку предложению друга, благодарили (часто с использованием комплимента), проявляли внимание к партнеру в виде вопросов, не затруднит ли его это, иногда отвечали согласием. Ядром (67,6 %) снова оказались разнообразные оценочные реплики: *Great / That would be great / That would be wonderful / That's so sweet / Deadly.* С учетом реплик-комплиментов (*You are wonderful / You are too kind*) оценочные реплики в целом употребили 85,2 % информантов.

Благодарность была выражена эксплицитно в 62 % ответов. При этом в половине случаев она усиливалась интенсификаторами, а также комплиментами: *Thank you so much / Thanks a million / Thanks. I'd really appreciate that / Thanks. You are too kind / Thank you very much. You are wonderful.*

Особенностью коммуникативного поведения англичан, проявившейся в данной ситуации, явилось частое употребление реплик, выражающих внимание к партнеру. Каждый третий информант выразил озабоченность тем, не затруднит ли эта услуга его друга, не доставит ли ему неудобств. По структуре данные реплики довольно разнообразны, но, на наш взгляд, всех их объединяет внимание к собеседнику, озабоченность его интересами: *Are sure? / Are you sure it is not too much trouble? / Would you mind? / Do you mind? / That would be great but only if you have the time. / Don't worry if you can't make it. / If you don't have the time don't worry about that.* (В русском материале подобные реплики встречались крайне редко.)

Русские информанты также выражали благодарность (38 %): *Спасибо / Большое спасибо / Спасибо огромное / Я буду тебе очень благодарна.* Оценку, как и в прежних ситуациях, давали ограниченно (18 %): *Было бы хорошо / Было бы замечательно / Было бы здорово / Отлично / Я был бы очень рад,* комплимент при этом полностью отсутствовал. В очень редких случаях проявляли заботу о парт-

нере и его интересах (*Если тебе не трудно*) и, в отличие от англичан, часто давали согласие на предложение помочь, а также выражали просьбу.

Ядерной репликой в русских ответах являлась благодарность (38%), хотя англичане выражали благодарность значительно чаще (62%). Любопытно, что русские часто употребляли такие формулы, как *Спасибо заранее / Заранее благодарю / Я вам заранее благодарен* (в ответных репликах — *Пока не благодари. Еще ничего не сделал. / Пока не за что*). Очевидно, эти факты свидетельствуют о том, что в русской традиции обычно благодарят тогда, когда налицо объект благодарности. В английской это не является необходимым условием, англичане благодарят за малейший знак внимания, за доброе намерение, а иногда (как было показано раньше) и вообще не за что. Уместность выражения благодарности в данной ситуации не может подвергаться сомнению у англичан, так как она относится не к результату, а к желанию помочь и к проявленному вниманию.

Согласие принять помощь оказалось второй по частотности, после благодарности, репликой (30% — *Хорошо. Я буду ждать / Заходи / Договорились*). (В английской коммуникации подобные реплики были представлены лишь единичными примерами). При этом в большинстве случаев они составляли весь ответ, т. е. не сопровождалась благодарностью, оценкой, выражением заботы о партнере и пр.

Просьба (ее выразили 14,8% русских информантов) сопровождалась указанием на серьезность проблемы (*Зайди, пожалуйста, без машины я как без рук / Постарайся, пожалуйста, у меня важная поездка*). В ряде случаев допускалось ее усиление (*Будь так любезен, я тебя буду ждать / Пожалуйста, я тебя очень прошу*). Последнее, на наш взгляд, подтверждает мысль Анны А. Зализняк о том, что в русской культуре *Я тебя прошу* означает, в частности, *я буду чувствовать, что я тебе обязан* [Анна Зализняк 2005: 284].

Любопытно, что часть русских, соглашаясь принять предложение, выдвинула свои условия: *Хорошо, только не забудь / Давай, только обязательно / Хорошо, только давай побыстрее*. Здесь мы видим важное различие в поведении англичан и русских: англичане в большей степени ориентированы на собеседника, они проявляют большую тактичность, интересуются возможностями партнера, беспокоясь о том, что они могут доставить ему большие хлопоты и т. д. Русские в большей степени ориентированы на самих себя, на свои интересы и проблемы, которые им необходимо решить. Ср.: *Are you*

*sure it is not too much trouble? / That's great, but only if you have the time / Don't worry if you can't make it. — Постарайся, пожалуйста / Только давай побыстрее / Только не забудь.*

Что касается количества использованных реплик, то здесь также проявляется существенное различие. Небольшая часть английских ответов (20,5 %) представляла собой единичную реплику. В основном они выражали оценку (*That would be great / That would be wonderful*), в нескольких случаях — благодарность (*Thank you very much*) и заботу о партнере (*Are you sure it is not too much trouble?*). Подавляющее большинство (70,5 %) состояло из двух реплик, в которых выражались:

1) оценка + благодарность: *Thanks, Paul. That would be great. / Thanks. That would be wonderful. / Great. Thanks a million. / Deadly. Thanks a million;*

2) благодарность + комплимент: *Thank you. You are so kind. / Thanks. You are too kind. / Thank you so much. You are wonderful;*

3) благодарность + забота о партнере: *Thank you very much. But are you sure it is not too much trouble? / Thanks. If you don't have the time, don't worry about that;*

4) оценка + забота о партнере: *That would be great if you have time. / That would be great. Would you mind? / That would be great. But do you mind? / Are you sure? That would be great. / That's grand, but only if you have the time*<sup>22</sup>.

Часть информантов (9%) предпочла быть еще более многословными, их ответы представляли собой различные комбинации из трех перечисленных выше реплик (благодарность, оценка, забота): *Thanks. That would be great. You're too kind. / Thanks. That would be great. I'd really appreciate it. / Thank you very much. That would be wonderful, but only if you have the time. / Thank you very much. I'd really appreciate that, but don't worry if you can't make it.*

Ответы русских информантов состояли чаще всего из одной реплики (66,7 %) или двух (33,3 %). Одиночные реплики содержали выражение согласия (*Хорошо / Давай, заходи / Ладно, буду ждать*), также благодарность (*Большое спасибо / Заранее спасибо / Я буду тебе очень благодарен*), реже просьбу (*Зайди, пожалуйста / Будь так любезен / Только обязательно приходи*) и заботу о партнере: *Если*

<sup>22</sup> Реплики *Grand / That's grand / I'm grand* характерны для ирландского английского.



можешь / Если тебе не трудно). Ответы из двух реплик представляли собой следующие комбинации:

– согласие + благодарность: *Хорошо, буду тебе очень благодарен / Хорошо. Спасибо.*

– благодарность + благодарность: *Спасибо, я буду очень благодарен / Спасибо. Я буду тебе признателен.*

– благодарность + оценка: *Спасибо! Было бы здорово / Было бы неплохо. Заранее спасибо.*

– благодарность + просьба: *Спасибо. Только не забудь.*

**Ответные реплики.** В качестве ответных реплик английские информанты употребляли стандартные речевые формулы, используемые в ответ на благодарность и в основном подчеркивающие незначительность услуги: *It's OK / That's OK / No problem / Not at all / It's no bother.*

Часто они дополнялись репликами, в которых говорящий выражал желание помочь и свое позитивное отношение к предлагаемой помощи: *No problem. I'm glad to help. / I don't mind it. / I'd love it. / I'd enjoy it. / I enjoy fixing things.*

В результате наиболее типичные варианты английских мини-диалогов, сопровождающих реплику *If I have some time tomorrow I'll come round and see what's wrong with your car (bike)*, выглядели следующим образом:

1. *'Thanks, that would be great.'*  
*'No problem.'*
2. *'Thank you so much. You're wonderful.'*  
*'No problem. I'm glad to help.'*
3. *'Oh, thanks. That would be very kind of you.'*  
*'Not at all. I'd enjoy it.'*
4. *'Thank you very much. I'd really appreciate that, but don't worry if you can't make it.'*  
*'I'll do my best. If not I'll see you another time.'*

**Ответные реплики** в русском материале оказались более разнообразными, чем в английском, и менее стандартными:

после благодарности — *Не за что / Не стоит / Пока не благодарю. Еще ничего не сделал / Пустяки / Перестань. Мы же друзья / Я постараюсь его починить / Сделаю все, что в моих силах;*

после оценки — *Постараюсь тебе помочь / Хорошо. Договорились / Я сделаю все, что в моих силах / Ладно, до завтра / Хорошо, тогда позвоню.*

В нескольких случаях ответные реплики отсутствовали.

Образцы русских мини-диалогов, сопровождающих реплику *Если у меня будет завтра время, я зайду и посмотрю, что с ней (с ним) не так:*

1. — *Хорошо. Приходи.*  
— *Я позвоню.*
2. — *Было бы замечательно.*  
— *Я буду рад тебе помочь.*
3. — *Спасибо. Я буду тебе очень признателен.*  
— *Да не за что.*
4. — *Огромное спасибо. Я твой должник.*  
— *Да перестань. Мы же друзья.*
5. — *Спасибо. Только не забудь (Только обязательно).*  
— *Хорошо. Приду.*

Как видим, стиль английских и русских диалогов различается, что является отражением различий в коммуникативном поведении, прежде всего — в использовании стратегий.

**Английские коммуниканты** уделяют большое внимание собеседнику, их ответы ориентированы на него, что подтверждают следующие факты:

- большое количество эмоционально-оценочных реплик, выражающих отношение к действию партнера и к нему лично;
- использование комплиментов как коммуникативных подарков адресату;
- частое выражение благодарности;
- проявление заботы о партнере, его возможностях.

**Русские коммуниканты** в большей степени озабочены своими интересами, что подтверждается допустимостью воздействия на адресата, большим количеством реплик, выражающих согласие, а также частыми репликами, описывающими трудности, связанные с возникшей проблемой (*У меня важная поездка / Она мне сейчас очень нужна / Я не знаю, что с ней делать* и т. п.). Они более прямолиней-

ны, более сдержанны в выражении оценки (Ср.: *That would be great. — Было бы неплохо.*), в меньшей степени проявляют внимание к партнеру.

Русские коммуниканты допускают неформальное общение, их стиль ориентирован на и н ф о р м а т и в н о с т ь, содержит ограниченное количество этикетных формул. Английские коммуниканты, несмотря на неформальность ситуации, строго следуют этикетным предписаниям. Их стиль отличают ф о р м а л ь н о с т ь, р и т у а л и з о в а н н о с т ь, ориентированность на форму, что в очередной раз свидетельствует о том, что нейтральный уровень вежливости в английской коммуникации сдвинут в сторону формального.

Посмотрим, как ведут себя английские и русские информанты в ответ на оказанную помощь.

#### 4.5.4. Ситуация «Благодарность за помощь»

«Ваш друг починил вам машину (велосипед)»: *Now that's OK / Теперь все в порядке.*

В данной коммуникативной ситуации и английские, и русские информанты главным образом благодарили, при этом они также выражали свое эмоциональное отношение к оказанной помощи, одаривали партнера комплиментами, подчеркивали значимость оказанной услуги и указывали на свой долг. Тем не менее и здесь можно увидеть ряд различий (см. Приложение 3, Таблица № 5).

В английских ответах благодарность эксплицитно выражена в 90%. В тех немногих случаях, где она отсутствует, дана эмоциональная оценка в виде отношения к оказанной помощи (*That's great / That's brilliant*) либо лично к партнеру (*You are a star / You did an excellent job / You are very gifted with your hands*). Многие информанты (66,4%) усилили свою благодарность интенсификаторами (*Thank you very much / Thank you so much / Many thanks / Thanks a million*), а также удвоением благодарственной реплики (*Thanks so much for all your time. I really appreciate that / Thanks a million. I really appreciate your doing that for me*). Во многих случаях (64,2%) благодарность сопровождалась оценочными репликами: в виде комплиментов в адрес друга (36,6% — *Thank you very much. You're very gifted with your hands / Thank you. You're so kind / You're great. Thanks a million / You're a genius. Many thanks / Thank you very much for your help. You are absolutely fantastic*) и эмоциональной оценки проделанной работы

(17,6% — *Thanks, Paul. That's brilliant / That's excellent. Thanks a million / Fantastic, thanks a lot*). Также подчеркивалась значимость оказанной помощи (10%): *Thanks. I don't know what I'd have done without you / Thanks. I wouldn't have been able to do it without you / You have saved me a lot of hassle*.

Поведение русских информантов в целом было довольно похожим: они также, главным образом, благодарили, при этом тоже выражали свое эмоциональное отношение к оказанной помощи, дали партнеру комплименты, подчеркивали значимость оказанной услуги и указывали на свой долг. Однако в плане предпочтительности реплик с теми или иными значениями наблюдаются некоторые различия.

Благодарность эксплицитно выразили 83,5% информантов (*Спасибо / Большое спасибо / Огромное спасибо / Я тебе очень благодарен*). Однако более 40% благодаривших респондентов ограничились одной благодарственной репликой, то есть в их ответах реплика-благодарность была единственной. Интересно отметить, что из рассмотренных нами ситуаций именно в этой русские информанты чаще всего использовали лексические интенсификаторы, усиливающие благодарность, что подтверждает наше наблюдение о том, что русские благодарят в большей степени за реальные дела. В то же время и здесь они проявили тенденцию к более краткому, по сравнению с англичанами, выражению благодарности.

Оценочные реплики, как и в предыдущих ситуациях, использовались русскими информантами гораздо реже: значимость оказанной помощи оценили 25% информантов (*Спасибо. Ты мне очень помог / Ты меня выручил / Ты меня просто спас / Без тебя я бы не справился / Я бы сам этого никогда не сделал / Ты избавил меня от кучи проблем / Не знаю, что бы я без тебя делал*), личные качества партнера — 8,9% (*Ты просто мастер / У тебя золотые руки / Ты гений / Ты настоящий друг / На тебя можно положиться*), эмоциональную оценку дали всего 3,5% (*Отлично / Ты не представляешь, как я счастлив*).

Часть информантов (18%) сопровождала благодарность репликой, указывающей на долг: *Теперь я перед тобой в долгу / Я твой должник / Надеюсь, как-нибудь я тебе тоже смогу помочь / За мной пиво (ресторан)*.

Таким образом, основные различия касаются не семантики, а частотности употребляемых реплик и их количества. Если почти по-

ловина русских информантов в своих ответах ограничивалась одной благодарственной репликой, англичане практически всегда сопровождали ее репликами с другими семантическими значениями, что усиливало прагматическое значение благодарности. Чаще всего это был комплимент. Он встретился в ответах более трети респондентов. Русские коммуниканты дарили комплименты в 4 раза реже и в менее экспрессивной форме (Ср.: *You are absolutely fantastic. — Ты просто мастер*).

При этом важно отметить, что четверть русских информантов употребила реплики, подчеркивающие значимость оказанной помощи (*Ты мне очень помог / Ты меня просто спас* и т. п.), английские информанты использовали подобные реплики в 2,5 раза реже. Таким образом, если англичане чаще делают акцент на личные качества и достоинства собеседника, русские — на дела и поступки (Ср.: *You have been very helpful. — Ты мне очень помог; You have been very supportive. — Ты меня очень поддержал*).

Эмоциональное отношение к оказанной помощи, как и во всех предыдущих ситуациях, англичане выражали гораздо чаще (здесь в 5 раз чаще) и экспрессивнее (Ср.: *That's fantastic / That's excellent / That's brilliant — Отлично*). Подобные выразительные эмоционально-оценочные реплики также являются своеобразным коммуникативным подарком адресату, в них дается высокая оценка результату его действий. Для русских коммуникантов эмоциональная оценка действий партнера не столь значима. Эмотивность как коммуникативная стратегия не является типичной.

Что касается количества реплик, то и здесь англичане проявили тенденцию к большей многословности, по сравнению с русскими. Одной репликой ограничились 30 %<sup>23</sup> (среди русских — 52 %), две употребили 60 % (44 % русских), три — 10 % (4 % русских).

В отношении ответных реплик-реакций, обратили на себя внимание два момента. Основное количество английских информантов (76,6 %) употребило стандартные реплики, характерные для ответов на благодарность и умаляющие значимость оказанной услуги (*No problem / That's OK / Not at all* и др.). В русских ответах стандартные реплики (*Не за что / Не стоит благодарности*) составили 27 %,

---

<sup>23</sup> Практически всегда это была не эксплицитная благодарность, а оценочная реплика (*That's great / That's brilliant* и др.), т. е. ограничиться фразой *Thank you* недостаточно.

остальное — произвольные (*Мне было несложно / Какой разговор / Да ладно тебе* и т. д.), что свидетельствует о меньшей ритуализованности русского стиля коммуникации.

Еще одной любопытной особенностью, представляющей, на наш взгляд, важное значение, явился тот факт, что в русских ответах были замечены реплики, подчеркивающие значимость дружбы, чего ни разу не встретилось в ответах англичан (*Ты же мой друг / Мы же друзья / Друзья познаются в беде / Для этого и нужны друзья*). Интересно отметить, что в благодарственных репликах также встречалось слово *друг* как обращение и как комплимент: *Спасибо, друг / Спасибо, дружище / Ты настоящий друг. На тебя можно положиться*. Подобные обращения, как и слово *друг* в ответных репликах, подчеркивают близость отношений, солидарность, взаимозависимость и отсутствие необходимости в длинных церемониальных выражениях благодарности.

Полагаем, что именно поэтому, то есть в связи с меньшей горизонтальной дистанцией, русские коммуниканты реже используют эксплицитные формулы благодарности (даже сам набор языковых средств с данным значением в русском языке меньше, чем в английском). Также по этой же причине реже используются средства усиления благодарности.

Все отмеченные особенности сказываются на стилях коммуникации, иллюстрацией чего являются следующие мини-диалоги, имевшие место в рассмотренной ситуации.

#### **Образцы английских мини-диалогов:**

**'Now that's OK'**

1. *'That's excellent. Thanks a lot.'*  
*'No problem.'*
2. *'Thanks so much for all your time. I really appreciate it.'*  
*'Don't mention it. You're welcome.'*
3. *'You're a star. Thank you very much.'*  
*'That's OK. I'm delighted to be able to help.'*
4. *'That's fantastic. I really appreciate your doing that for me. Thank you very much.'*  
*'You're welcome. Call me again if you need me.'*

5. *'That's great. Thank you very much. You have been a great help.'*  
*'No bother. It was no trouble at all.'*

### Образцы русских мини-диалогов

— *Теперь все в порядке.*

1. — *Спасибо тебе огромное.*  
— *Да не за что.*
2. — *Спасибо. Ты меня выручил.*  
— *Да это пустяки.*
3. — *Спасибо. Я очень тебе благодарен.*  
— *Не за что. Был рад тебе помочь.*
4. — *Большое спасибо. Что бы я без тебя делал!*  
— *О чем разговор! Обращайся еще.*
5. — *Спасибо. Теперь я перед тобой в долгу*  
— *Что ты говоришь?! Ты же мой друг.*

Как видим, в приведенных примерах проявляются те же особенности английского и русского стилей коммуникации, что были отмечены в предыдущих ситуациях: английский стиль отличают такие черты, как гиперболизированная оценочность, экспрессивность, эмотивность, ориентированность на форму, многословность; русский — меньшая экспрессивность, большая сдержанность, меньшая ритуализованность, лаконичность.

Выявленные различия позволили сформулировать коммуникативные правила, которые могут послужить рекомендацией для русских при их общении на английском языке:

**Благодаря за оказанную помощь,**

- усиливайте благодарность (*Thank you so much / Thanks so much for all your time. I really appreciate that*);
- помните, что важным способом выражения благодарности является оценка;
- широко используйте эмоционально-оценочные реплики, содержащие оценку качеств собеседника (*You're so kind / You're great / You've been very helpful*) и его помощи (*That's great / That's excellent / That's brilliant*);

- делайте комплименты в адрес собеседника (*You're are absolutely fantastic / You're a genius*);
- помните, что преувеличение является стратегией английской вежливости и не будет расценено как неискренность;
- не ограничивайтесь единичной репликой, старайтесь быть более многословны.

#### 4.6. Стратегии сближения и доминантные черты английского и русского стилей коммуникации

Несмотря на встречающееся в англоязычной литературе мнение о том, что позитивная вежливость (вежливость сближения), в большей степени характерна для коллективистских культур, пример русского коммуникативного поведения свидетельствует об обратном<sup>24</sup>. Проведенный сопоставительный анализ показывает, что стратегии, нацеленные на сближение коммуникантов, так же, как и стратегии дистанцирования, характерны для английской коммуникации в большей степени, чем для русской. Очевидно, это вызвано тем, что в культуре с меньшей дистанцией, т. е. с большим уровнем солидарности, нет необходимости предпринимать специальные регулярные усилия, чтобы эту дистанцию сокращать. При этом в процессе коммуникации русские, безусловно, совершают больше действий, свидетельствующих о более высокой степени солидарности, вовлеченности, однако, с нашей точки зрения, они не могут рассматриваться исключительно в связи со стратегиями сближения, во многих случаях они являются проявлением естественного коммуникативного поведения (как и русская улыбка).

Преобладание стратегий сближения в английской коммуникативной культуре проявляется как в качественном, так и количественном аспектах. Английские коммуниканты демонстрируют больше внимания окружающим, сигнализируя на каждом шагу о том, что они замечают тех, кто вокруг, и посылают им регулярные знаки симпатии и доброжелательности. Они чаще здороваются, извиняются, благодарят, оказывают взаимную коммуникативную поддержку, дарят друг другу «коммуникативные подарки» в виде комплиментов, высокой

---

<sup>24</sup> Отметим, что в данном случае речь идет именно о стратегиях, выделенных П. Браун и С. Левинсоном.



эмоциональной оценки собеседника, его качеств и действий, в виде выражения заинтересованности в нем, в желании продолжения контактов и т. д. (см. Приложение 3). В результате формируется такая черта английского стиля коммуникации, как *коммуникативная аттрактивность*, или *демонстративная приветливость*. На типичность аттрактивного уровня в коммуникативном этнотипе англичан (направленность англичанина на объект общения) обращают внимание и психологи (см. [Душков 2001: 478]). Данный уровень раскрывает устойчивость отношений при восприятии человека человеком, привлекательности одного из них для другого.

При этом представителями русской культуры (как и представителями многих других) подобное поведение часто расценивается как *«коммуникативная неискренность»*. Их удивляет, что англичане часто благодарят, когда нет видимого объекта благодарности; извиняются, когда для этого нет причины; приглашают в гости, не реализуя впоследствии своего приглашения; делают восторженные комплименты и дают преувеличенные оценки по самому незначительному поводу; проявляют интерес к делам партнера и при этом даже не замедляют шага или не делают паузы для того, чтобы успеть услышать хотя бы краткий ответ и т. д.

Это непонимание происходит из-за того, что англичане больше значения придают форме, чем содержанию, делают особый акцент на следование коммуникативным нормам и правилам, которые предписывают демонстрировать внимание окружающим при помощи соответствующих манер и фраз. Такое поведение полностью соответствует характеристикам, даваемым психологами. Так, Б. А. Душков, описывая менталитет англичан, отмечает: «Наиболее характерной чертой... представителей английской нации является потребность произвести впечатление на окружающих, умение показать специфические манеры общения, соответствующую социально-психологическую стратегию и тактику... По-видимому, у англичан хорошо сформированы нормативы и эталоны, по которым идет оценка субъекта общения, имеется индивидуальная стратегия и тактика представить себя в наиболее выгодном свете в ситуациях общения и в измененных отношениях к субъектам общения» [Душков 2001: 478–479] (разрядка моя. — Т. Л.). Таким образом, демонстративное внимание к окружающим, проявляющееся в манерах и словах, является основой английской вежливости.

Английские речевые формулы фатической коммуникации (формулы благодарности, извинения, оценки, приглашения и др.) являются, по сравнению с русскими, в большей степени семантически опущенными. Их основное прагматическое значение — продемонстрировать собеседнику свое внимание, симпатию, расположенность, желание продолжения контактов и т. д.

Частое использование суперлативных языковых единиц, многочисленных интенсификаторов и повторов делает английскую речь эмоциональной и выразительной, что также создает впечатление наигранности и неискренности для русского наблюдателя. Подобное восприятие особенностей английского коммуникативного поведения находит отражение даже в лексикографической литературе, где отмечается, что *«polite может характеризовать и неискреннее, чисто внешнее или формальное проявление вежливости: субъект может и не думать того, что этикет вынуждает его сказать»* [АРСС: 324] (разрядка моя. — Т. Л.). В подтверждение этого суждения приводится следующий пример: *‘Still, we have had a very enjoyable evening, haven’t we, Tom? said Mrs. Dalby, who had plainly had nothing of the kind but was a polite woman’* (J. B. Priestley) *«Все же мы очень приятно провели вечер, не правда ли, Том? — сказала миссис Далби. Она, конечно, этого не думала и сказала так просто из вежливости»*.

Думается, обвинять англичан в «коммуникативной неискренности» не вполне справедливо. Важно понимать, что элемент неискренности содержится в семантике речевых формул и их компонентов, отличающихся лексической гиперболизированностью, в то время как прагматическое значение подобных речевых формул, как и всей английской фатической коммуникации в целом, — продемонстрировать симпатию, расположенность собеседнику, оказать ему коммуникативную поддержку, и в этом намерении сделать ему приятное (следуя формуле *‘I want you to feel good’*) они совершенно искренни. То есть здесь опять имеет место ориентированность на собеседника.

Яркой иллюстрацией к сказанному может служить письмо друга, отредактировавшего по просьбе адресата его статью:

*Your article is fascinating and I enjoyed reading it. I have made some changes but of course these are only suggestions. Don't be put off by all the red. Your English is superb and I am very envious that you are so fluent in a foreign language.*

В восприятии русского читателя это письмо, в его буквальной интерпретации, безусловно, содержит элементы преувеличения: для оценки статьи используется прилагательное *fascinating* — очаровательный, обворожительный, восхитительный, пленительный; для оценки языка автора — слово *superb* — великолепный; кроме того, употреблен глагол *enjoy* — получать удовольствие, наслаждаться. В результате в буквальном переводе данное письмо может звучать так:

*Твоя статья восхитительна, и я получила удовольствие от ее чтения. Я внесла некоторые изменения, но, конечно, это только предложения. Особо не реагируй на красный цвет. Твой английский великолепный, и я очень завидую, что ты так свободно знаешь иностранный язык.*

Совершенно очевидно, что, используя суперлативные оценочные слова, автор письма хочет оказать коммуникативную поддержку адресату, которого могут огорчить многочисленные поправки и исправления, о чем также свидетельствует последняя фраза — *I am very envious that you are so fluent in a foreign language*, которая означает, что сам он не имеет таких навыков владения иностранным языком. Интересна еще одна фраза — *I have made some changes but of course these are only suggestions* (Я внесла некоторые изменения, но, конечно, это только предложения). В ней, с одной стороны, проявляется такая черта английского стиля коммуникации, как неимпозитивность — недопустимость оказания воздействия на собеседника, предоставление ему выбора, уважение его независимости. С другой стороны, таким образом снижается важность внесенных в текст статьи исправлений, т. е. также оказывается коммуникативная поддержка собеседнику, формируется впечатление, что исправления можно проигнорировать, значит статья и без них была хорошей.

Обращает на себя внимание и тот факт, что поддержка собеседнику оказывается многократно, точнее — в каждой фразе письма. Все сказанное свидетельствует о том, что целью автора письма было возвысить собеседника, с тем чтобы не задеть его чувств, предупредить возможные отрицательные эмоции, то есть сделать так, чтобы ему было приятно. И преувеличение, завышенные оценки (*overstatement*) служили именно этой цели.

Подобное русское письмо при самых добрых отношениях автора звучало бы более сдержанно:

*Статья твоя очень интересная. Прочитала ее с удовольствием. Кое-что подправила. Можешь посылать.*

Одно из важных различий английской и русской коммуникации, выявленных в результате сопоставительного анализа, состоит в том, что в русской культуре важную роль играет *эмоциональность*, то есть свободное, естественное проявление эмоций, в то время как в английской — *эмотивность*, выражение эмоций в стратегических, коммуникативных целях, часто с целью демонстрации внимания и симпатии. Эта особенность ярко проявляется в частом и экспрессивном выражении английскими информантами оценки, которая представляет собой наиболее конвенциональную реплику-реакцию во многих коммуникативных ситуациях общения (реакция на приглашение, на предложение помощи, полученный подарок и др.) (см. Приложение 3, Таблица № 8). Эмотивность является неотъемлемой чертой английского коммуникативного поведения, для которого характерно частое употребление эмоционально нагруженных лексических единиц (*You're absolutely fantastic / That's the most amazing present ever. I'll cherish it all my life*). Фатические эмотивы — единицы эмотивной коммуникации — помогают реализовать такую стратегию, как «*демонстрируйте подчеркнутый интерес и симпатию к собеседнику, преувеличивайте их*». В русской культуре эмотивность не играет столь значительной роли. Русские коммуниканты более сдержанны в своих оценках и более прямолинейны. В их поведении большую роль играет другая ценность — правда, преувеличение расценивается как неискренность и часто осуждается.

Учет отмеченных различий важен как в общении, так и в переводческой практике. При интерпретации английских оценочных реплик следует подбирать для них заниженные по экспрессивности соответствия в русском языке:

*I'll be delighted to see you.* — Я буду очень рада тебя увидеть.

*I enjoyed meeting your mother.* — Я был очень рад познакомиться с твоей мамой.

В ряде случаев лексема с эмоциональным компонентом при переводе может и вовсе опускаться. Ср.:

*I think I'd enjoy a bit of roast beef.* — Пожалуй, я возьму кусочек ростбифа.

*I hope you are all flourishing.* — Надеюсь, у вас все в порядке.

*Would you like some more tea or coffee?* — Thank you. *I'm happy.* — Хотите еще чая или кофе? — Спасибо. Уже всего достаточно.

Частое употребление суперлативных прилагательных, как отмечалось, характерно не только для разговорной, но и для официально-

деловой речи. С целью выявить недостатки в своей работе *Bank of Ireland* рассылает своим клиентам письма следующего содержания:

*Tell us if there's something wrong.*

*We'd like to know if you're unhappy with any aspect of banking with Bank of Ireland. And your call could make a difference. First, contact your branch but if you are still unhappy, please call our Customer Care Unit.*

Как видим, дважды употребленное здесь прилагательное *unhappy* никак не может переводиться на русский язык в своем прямом значении (несчастный), его эквивалентом в данном контексте могут быть *недоволен, неудовлетворен*.

Такая стратегия вежливости сближения, как «*будьте многословны*», также в большей степени характерна для английского коммуникативного поведения, чем для русского (англичане долгие прощают, долгие благодарят и т. д.) (см. Приложение 3, Таблица № 9).

Обобщая все вышесказанное, можно констатировать, что, помимо коммуникативной аттрактивности, являющейся важнейшей чертой английского стиля коммуникации, среди других черт, связанных с регулярным использованием стратегий сближения, можно назвать такие, как гиперболизированная оценочность, эмотивность, комплиментарность, коммуникативный оптимизм, коммуникативная неформальность (демократичность), высокая терпимость к инвективной лексике, ориентированность на форму.

Для русской коммуникативной традиции рассмотренные стратегии менее типичны. Доминантными чертами русского стиля коммуникации, выделяемого при сопоставлении с английским, являются прямолинейность, эмоциональность, искренность, или коммуникативная естественность, под которой понимается ориентированность на содержание, а не на форму, меньшая ритуализированность коммуникативных действий и меньшая стандартность речевых формул.

Различия в стилях коммуникации являются причиной того, что русские воспринимаются англичанами как хмурые, мрачные, неприветливые люди, в то же время англичане оцениваются русскими как слишком и даже чрезмерно вежливые, поверхностные и неискренние.

Необходимо также отметить, что, как и при анализе вежливости дистанцирования, мы наблюдаем ту же особенность, касающуюся

стилистических характеристик английской речи: нейтральный уровень вежливости в английской коммуникативной культуре сдвинут, по сравнению с русской, в сторону высокого уровня, низкий — в сторону среднего. В результате независимо от коммуникативного контекста следует всегда завышать уровень вежливости, быть «более вежливым», по сравнению с тем, что представляется уместным в русской коммуникативной культуре. Однако здесь необходимо пояснить два момента:

– при асимметричных отношениях («сверху — вниз»), наоборот, высокий уровень вежливости (формальная вежливость) смещается в сторону нейтрального, свидетельством чему является допустимость неформальности в обращении к «старшим»;

– при неформальном общении низкий уровень вежливости (неформальная вежливость) может опускаться до своей низшей планки и даже выходить за ее пределы (свидетельством чему является достаточно свободное употребление обценной лексики).

Наблюдения над коммуникативным поведением представителей сопоставляемых лингвокультур и их различиями позволили сформулировать следующие коммуникативные правила для русских коммуникантов при их общении с англичанами, следование которым поможет приблизиться к английскому стилю коммуникации.

#### **Коммуникативные правила для русских при общении на английском языке, основанные на вежливости сближения**

• Старайтесь оказывать максимум внимания собеседнику и окружающим.

• Чаще здоровайтесь, благодарите, извиняйтесь.

• Демонстрируйте подчеркнутый интерес к собеседнику, к его действиям и качествам.

• При выражении благодарности чаще используйте интенсификаторы (*Thank you very much / Thank you so much*).

• Не ограничивайтесь эксплицитной благодарностью, сопровождайте формулы благодарности разнообразными оценочными репликами (*Thank you very much. That's fantastic / That's sounds great / That would be lovely* и т. д.).

• Делайте комплименты, при этом стремитесь оценивать не действия, а личные качества собеседника (*You're wonderful / You're genius / You're absolutely fantastic*).

- Старайтесь быть более экспрессивными, помните, что англичане демонстрируют свои положительные эмоции как коммуникативную стратегию, чтобы сделать приятное собеседнику.
- Широко используйте лексические гиперболы.
- Имейте в виду, что преувеличение в английской коммуникации не будет расценено как неискренность, оно используется с целью демонстрации расположенности к партнеру, высокой оценки его личных качеств и действий.
- Улыбка, характерная для английского невербального коммуникативного поведения, отражается и в вербальной коммуникации в виде проявления внимания, комплиментов, завышенных оценок, оказания эмоциональной поддержки собеседнику и других коммуникативных подарков.
- Демонстрируйте оптимизм (*I'm fine / That's great*).
- Старайтесь быть более многословны; учтите, что при выражении своего отношения, оценки, благодарности англичане, как правило, употребляют на одну реплику больше, чем русские.
- Следуйте этим правилам, и тогда вы опровергнете существующий стереотип о том, что русские — хмурые, угрюмые, малоприветливые и мрачные люди.

## *Заключение*

# АНГЛИЙСКИЙ И РУССКИЙ СТИЛИ КОММУНИКАЦИИ

Прежде чем сделать основные выводы относительно английского и русского стилей коммуникации, кратко обобщим то, о чем было сказано в этой книге.

В поведении каждого народа есть своя логика. В нем отражается его культура, мировидение, его понимание вежливости.

**Вежливость** является центральной коммуникативной категорией, выступающей регулятором поведения людей. Она представляет собой сложную систему коммуникативных стратегий, направленных на достижение гармоничного, бесконфликтного общения и соответствующих ожиданиям партнера. Эти стратегии и определяют выбор знаков вербальной и невербальной коммуникации.

Являясь универсальной категорией, вежливость имеет свою национально-культурную специфику, которая проявляется не только в особенностях этикетных формул и их употреблении, но в первую очередь в наличии национально-специфических стратегий, регулирующих коммуникативное поведение представителей той или иной лингвокультуры, в их направленности и частотности использования.

Как явление социальное, категория вежливости может рассматриваться только в контексте социально-культурных отношений, ядром которых являются горизонтальная и вертикальная дистанции, имеющие в каждой культуре свои параметры. Асимметрия социально-культурных отношений отражается на системе вежливости, в которой проявляются как особенности этих отношений, так и особенности коммуникативного сознания. Именно поэтому следует исходить из того, что нет народов более вежливых и менее вежливых, каждый народ вежлив по-своему, он руководствуется своими национальными нормами поведения, определяемыми особенностями своей культуры, и исходит из своего понимания вежливости.

В разных культурах вежливость понимается по-разному. В английской культуре, как было показано, быть вежливым значит продемонстрировать внимание к другим. Английская вежливость направлена на собеседника, выполняет большую, по сравнению с русской, ком-



муникативную функцию и носит ярко выраженный демонстративный характер. В русской культуре быть вежливым значит соблюдать правила приличия. Русская вежливость в большей степени замыкается в субъекте и несет большую этическую нагрузку.

В процессе коммуникации партнеры совершают два основных и разнонаправленных типа действий — приближаются и отдаляются. Исходя из этого, исследователи выделяют два типа вежливости — позитивную и негативную [Brown, Levinson 1987], каждая из которых имеет свой набор коммуникативных стратегий противоположной направленности: сближение и отдаление (дистанцирование), в результате чего их можно так и называть — вежливость дистанцирования и вежливость сближения, так как эти термины, указывая на основную функцию двух типов вежливости, не содержат никаких оценочных коннотаций.

Предпочтительность и частотность использования тех или иных стратегий определяется типом культуры.

Английские коммуниканты используют оба типа стратегий с большей интенсивностью и облигаторностью, чем русские. В английской коммуникативной культуре, как отмечают сами англичане, «невозможно быть чрезмерно вежливым». То есть строгое следование коммуникативным предписаниям — активное использование многочисленных знаков внимания в адрес собеседника, с одной стороны, и подчеркнутое уважение его личной автономии, с другой, воспринимается как обязательное условие успешной коммуникации.

В русской культуре, напротив, избыточная вежливость оценивается отрицательно, более высокое положение в иерархии ценностей занимают искренность, прямота, правдивость, естественность. Русские коммуниканты в большой степени озабочены соблюдением баланса между вежливостью и искренностью, под которой понимается совпадение формы высказывания и его содержания. В результате в коммуникативном фокусе вежливого общения у русских доминирует содержание, у англичан — форма.

Основные причины различий английской и русской коммуникативных культур кроются в исторически сложившемся типе социальных отношений — горизонтальной и вертикальной дистанциях, не совпадающих в сопоставляемых культурах, а также в разных культурных ценностях. Существенная горизонтальная дистанция, разделяющая английских коммуникантов и проявляющаяся в наличии зоны личной автономии — *'privacy'*, куда вход строго запрещен, не позво-

ляет вторгаться в эту зону как в буквальном смысле, так и вербально, т. е. не позволяет оказывать прямого воздействия на адресата, делать замечания, давать непрошенные советы, задавать личные вопросы, навязывать свою точку зрения и т. д. Она побуждает вести себя так, чтобы не задеть окружающих ни жестом, ни словом, ни чувством, для чего существует множество ограничений и предписаний.

Меньшая социальная дистанция, то есть близость отношений, характерная для русской культуры, способствует большей коммуникативной доступности и меньшей регламентированности поведения. Она позволяет собеседникам вести себя более свободно, говорить прямо о том, чего они хотят и что думают. В процессе общения русский человек ощущает себя частью коллектива, он уверен в том, что его интересы, проблемы, желания, советы и мнения интересуют собеседников и найдут в них отклик. При таком типе взаимоотношений прямолинейность и императивность не являются угрозой или помехой гармоничным отношениям (в той степени, как в английской культуре) и не нарушают принципов вежливости, характерных для русской коммуникативной традиции.

Другой причиной различий в использовании стратегий дистанцирования является разная статусная (вертикальная) дистанция, которая в большей степени характерна для русских социально-культурных отношений. Императивность в общении возникает тогда, когда говорящий либо уверен в высоком уровне солидарности, либо обладает определенной властью над собеседником. При асимметричных статусных отношениях «сверху — вниз» русские коммуниканты еще более прямо оказывают воздействие на адресата, который в свою очередь воспринимает такое коммуникативное давление как естественное.

Таким образом, именно тип культуры обеспечивает русских теми необходимыми условиями, при которых допустим прямой, императивный стиль коммуникации. Ими, как отмечалось, являются высокий уровень солидарности и власть.

Английская культура в целом отличается меньшей дистанцией власти, но даже в тех коммуникативных ситуациях, где асимметрия отношений в какой-то степени присутствует (учитель — ученик, инспектор — водитель), англичане не демонстрируют эту власть, соблюдая принцип равенства, который, наряду с автономией личности (*privacy*), также является одной из важнейших английских культурных ценностей, влияющих на стиль ком-

муникации (Ср.: *Would you like to read? — Читай(те), пожалуйста / Would you mind moving up your car? — Переставьте, пожалуйста, вашу машину*).

Тот факт, что и стратегии сближения (стратегии позитивной вежливости) в большей степени характерны для английской коммуникации, чем для русской (несмотря на существующее мнение о том, что они более типичны для коллективистских культур), также может быть объяснен культурными различиями. Поскольку они направлены на сближение коммуникантов и являются своеобразным «социальным ускорителем», они более востребованы в культурах с большей горизонтальной дистанцией. В индивидуалистических культурах, где такая дистанция между членами общества больше, чем в коллективистских, в случае необходимости установления контакта для сокращения этой дистанции необходимы большие коммуникативные усилия. Отсюда — упор на стратегии вежливости сближения: повышенная заинтересованность в собеседнике, демонстративное внимание к нему, подчеркнутая расположенность, обходительность и т. д. В результате акцент делается на форму, а не на содержание.

Русские коммуниканты исторически не разделены столь значительной горизонтальной дистанцией и, следовательно, им не нужны особые усилия для ее сокращения. Традиционно они в значительно большей степени рассчитывают на солидарность, взаимопонимание, уверены в том, что они «свои», и не нуждаются в столь интенсивной демонстрации своего позитивного отношения к окружающим. Это как раз та ситуация, когда участники коммуникации обладают таким «устойчивым уровнем солидарности, что нет необходимости в ее специальном поддержании» [Cheepen, Monaghan 1990: 72]. Они руководствуются другими ценностями и имеют свои коммуникативные доминанты, главными из которых являются искренность и естественность, ориентированность на содержание, а не на форму. Русское коммуникативное поведение и здесь является в меньшей степени ритуализированным. В целом для русских характерен стиль поведения людей, «привыкших жить в тесном коллективе».

Еще одной причиной отмеченных различий в коммуникативном поведении англичан и русских является то, что в английской культуре отсутствует противопоставление «свой — чужой», английская вежливость направлена на всех. Поведение русских значительно варьируется в зависимости от того, принадлежит их собеседник к «своим» или к «чужим».

Различия в использовании стратегий вежливости отражаются на особенностях доминантных черт коммуникации, формирующих национальный стиль коммуникации, или коммуникативный этностиль.

В результате регулярного использования стратегий отдаления, нацеленных на социальное дистанцирование, на соблюдение интерперсональных границ между собеседниками, на демонстрацию уважения их личной автономии, а также стратегий сближения, направленных на контакт, на сокращение дистанции, на стирание интерперсональных границ, формируются такие доминантные черты английского стиля коммуникации, как дистантность, или коммуникативная неприкосновенность, и неимпозитивность, с одной стороны, и коммуникативная аттрактивность, или демонстративная приветливость, — с другой, которые на языковом уровне связаны с такими часто называемыми особенностями английского языка, как *understatement* (недоговоренность, недосказанность) и *overstatement* (преувеличение, завышение).

Названные доминанты связаны и с другими чертами английского стиля коммуникации. Дистантность, неимпозитивность определяют такие черты, как косвенность (непрямолинейность, уклончивость, недоговоренность), некатегоричность, коммуникативный пессимизм, субъективность, которые характерны для побудительных речевых актов, для выражения мнения, а также всех тех ситуаций общения, где затрагиваются интересы собеседника или его чувства.

Коммуникативная аттрактивность связана, в свою очередь, с такими чертами, как гипербололизованная оценочность, эмотивность, коммуникативный оптимизм, неформальность (демократичность), коммуникативная поддержка собеседника, которые проявляются главным образом в экспрессивных речевых актах.

Регулярное использование ритуализированных стратегий поведения и стандартных речевых формул позволяет говорить о такой черте английского стиля коммуникации, как регламентированность.

В русской коммуникативной культуре, где, как было показано, отмеченные стратегии вежливости используются реже и менее ин-

тенсивно, формируется иной стиль коммуникации. Меньшее использование стратегий дистанцирования привело к тому, что доминантными чертами русского стиля являются **к о н т а к т н о с т ь** — допустимость «прикосновений» (на вербальном, невербальном, эмоциональном уровнях) и вытекающая отсюда **и м п о з и т и в н о с т ь** — допустимость оказания прямого коммуникативного воздействия на адресата, не нарушающего гармонии общения. Меньшее, по сравнению с английской традицией, использование стратегий сближения позволяет говорить о такой доминантной черте, как **к о м м у н и к а т и в н а я е с т е с т в е н н о с т ь**, под которой понимается ориентированность на содержание, а не на форму, и меньшая регламентированность коммуникативного поведения. Данные доминанты предопределяют такие черты русского стиля коммуникации, выделяемые при сопоставлении с английским, как **п р я м о л и н е й н о с т ь**, однозначность, категоричность, приоритетность содержания, эмоциональность, эмотивная умеренность.

Важно подчеркнуть, что отмеченные выше особенности английского стиля коммуникации пронизывают все коммуникативное пространство и в той или иной степени характерны для любого уровня вежливости (высокого, среднего и даже низкого), что было проиллюстрировано многочисленными примерами. Они типичны как для формального уровня общения, так и для общения в семье или среди друзей. Стиль поведения русских в значительной степени варьируется в зависимости от контекста и уровня общения, т. е. между формальным и неформальным уровнями общения существуют более ярко выраженные различия.

Относительно приоритетности уровней вежливости следует отметить их асимметрию в английском и русском языках. В английском языке средний, или нейтральный, уровень вежливости смещен, с точки зрения русского, в сторону высокого, а в русском — в сторону низкого. В результате нейтральная английская фраза *Could you do that?* воспринимается русскими как характеризующая повышенной вежливостью, в то же время нейтральная с точки зрения русской вежливости фраза *Сделай это, пожалуйста*, с позиций англичан, относится к низкому уровню.

В результате английский стиль коммуникации можно определить как главным образом ориентированный на высокий уровень вежливости, русский как ориентированный

на средний и низкий (при симметричном общении и общении «сверху — вниз»). Ориентированность на высокий уровень вежливости характерна для русской культуры главным образом при общении «снизу — вверх». В то же время необходимо отметить, что в ряде ситуаций (при интимном общении) английский стиль коммуникации характеризуется большей допустимостью низкой вежливости, порой и вовсе выходящей за пределы вежливого, в понимании русских, общения (неформальность обращений при наличии дистанции, широкая допустимость сквернословия).

В связи с этим, желая приблизиться к стилю коммуникации партнера, русским при общении на английском языке следует завышать привычный уровень вежливости во всех коммуникативных контекстах, англичанам — понижать (в противном случае — с пониманием относиться к особенностям поведения друг друга). Еще раз подчеркнем, что ориентированность на разные уровни вежливости не означает при этом, что один народ более вежлив, чем другой.

Важно также учитывать, что отмеченные доминанты английского стиля коммуникации могут встречаться в одном и том же коммуникативном контексте, в одной и той же ситуации общения, т. е. активное использование стратегий сближения не означает, что можно ослабить действие стратегий дистанцирования и допускать прямое коммуникативное воздействие на собеседника, т. е. начать употреблять императив в побудительных речевых актах. Например:

*'Ehm... Magda. Can I get you something? Aren't you absolutely exhausted?'*

*'No... but would you mind sitting with him for a bit? I've been here since six this morning and I need to stretch my legs and to get something to eat. Do you mind?'* (J. Colgan) (у постели больного друга).

В этом диалоге встречаем и фразы, в которых реализуются стратегии дистанцирования — *Can I get you something?/ Would you mind sitting with him for a bit?/ Do you mind?* (дистантность, неимпозитивность, understatement), и фразы, свидетельствующие об использовании стратегий сближения — *Aren't you absolutely exhausted?* (преувеличение, overstatement).

Другой пример еще более характерен. Ситуация — мать встречает взрослую дочь с мужем, которые приехали к ней в гости:

*'Darling, you're looking absolutely wonderful!... And Michael, dear, you're well too, I see. I'm absolutely thrilled you've both made it, because*

*there's someone I particularly — damn that's my shawl, can you just open the gate a bit again, Michael dear? That's it, thank you... oh, what a lovely perfume, Juliet darling, is it a new one? Now do come in, both of you* (и чуть позже) *'Michael, can I get you a sherry, or will you have a gin and tonic?' 'A sherry, please, Cynthia.' 'Juliet darling, do sit down — you shouldn't be standing so much you know. Put your feet up, darling, and I'll get you an orange juice or something. Or would you like a glass of milk?'* (J. Asher)

В данном монологе (диалогом его назвать трудно), который имеет место среди близких людей, используются многочисленные маркеры вежливости сближения: многократные обращения *darling, dear*, заниженное слово *damn*, комплименты как знаки внимания и коммуникативные подарки собеседнику — *you're looking absolutely wonderful / And Michael, dear, you're well too / oh, what a lovely perfume*, завышенная эмоционально-оценочная реплика — *I'm absolutely thrilled*. В то же время здесь же и при обращении к этим же адресатам — стратегии дистанцирования: *can you just open the gate a bit again? / can I get you a sherry, or will you have a gin and tonic? / would you like a glass of milk?* При этом говорящий использует так называемый «смягченный императив» (*do come in, do sit down*), который, по мнению исследователей, ассоциируется с фамильярностью и неформальным дискурсом [Aijmer 1996: 141]. Таким образом, в одном тексте и дистантность, и контактность; и недоговоренность, и преувеличение, т. е. и *understatement*, и *overstatement*.

В основу описания стиля коммуникации, как отмечалось, могут быть положены различные параметры, определяющие особенности поведения. В результате его характеристики являются также разноплановыми. Ярко выраженная ориентированность на собеседника, характерная для поведения англичан, позволяет говорить о том, что для английской коммуникативной культуры в целом характерен тип речевого поведения, который психолингвистами определяется как кооперативный (см. [Горелов, Седов 2001: 158]). В связи с этим английский стиль коммуникативного поведения в целом можно назвать кооперативным, точнее кооперативно-конформным, так как он характеризуется ярко выраженной ориентированностью на партнера по коммуникации, русский — центрированным, так как он в большей степени ориентирован на самого говорящего.

Говоря о прагматическом аспекте английского стиля коммуникации, важно также отметить, что для него в большей степени, чем для

русского, верно утверждение о том, что «значение фатических высказываний в очень малой мере «вычитывается» из значений языковых единиц» [Дементьев 2000: 36]. Между семантикой английских речевых формул и их прагматическим значением наблюдается явная асимметрия, которая характерна для ситуаций, связанных как с вежливостью дистанцирования, так и с вежливостью сближения. Этот факт позволяет сделать вывод о том, что одной из инвариантных стилиевых черт английской фатической коммуникации является большая ориентированность на форму, чем на содержание, в то время как русский коммуникативный стиль является в большей степени информативным, нацеленным на содержание. Таким образом, о русском стиле коммуникации можно говорить как о в большей степени и н ф о р м а т и в н о м, об английском — как о ф о р м а л ь н о м, или и м п л и ц и т н о м.

С точки зрения разной направленности выражаемых эмоций и их коммуникативной функции, английский стиль коммуникации можно назвать э м о т и в н ы м, русский — э м о ц и о н а л ь н ы м, или, используя термины американских ученых, соответственно, и н с т р у м е н т а л ь н ы м и а ф ф е к т и в н ы м [Gudykunst, Ting-Toomey 1990].

С точки зрения способа выражения коммуникативных интенций, английский стиль коммуникации является к о с в е н н ы м, русский — п р я м ы м<sup>1</sup>.

То, что для английской коммуникативной культуры в большей степени характерны неформальное общение, симметричность взаимоотношений между участниками коммуникации, акцент на равенство, позволяет определить английский стиль коммуникации как л и ч н о с т н о - о р и е н т и р о в а н н ы й. Русский стиль коммуникации, который, в силу более значительной статусной дистанции между коммуникантами характеризуется большей формальностью, асимметричностью ролевых позиций, является с т а т у с н о - о р и е н т и р о в а н н ы м.

При описании коммуникативного этностиля необходимо затронуть и его количественные характеристики, также являющиеся важным стилиевым параметром. При сопоставлении коммуникативных стилей с этой позиции важно учитывать также тип дискурса. Про-

---

<sup>1</sup> Следует иметь в виду, что речь идет о межличностном общении. При передаче информации, напротив, английский стиль является в большей степени прямым.



веденные сопоставительные исследования позволили прийти к интересному выводу. Несмотря на тот факт, что русские, для которых общение является приоритетной категорией коммуникативного сознания, представленной на уровне ценности (см. [Стернин 2002: 11]), в целом более многословны по сравнению с англичанами (как и сам русский текст, который при переводе с английского языка всегда оказывается длиннее), в фатической коммуникации, напротив, уступают им в этом. По сравнению с русскими англичане часто предпочитают более длинные высказывания, а также употребляют большее количество реплик, то есть демонстрируют явную тенденцию к многословию: они дольше прощаются, дольше благодарят, дольше извиняются и т. д. (см., например, Приложение 3, Таблица № 9).

Обобщая сказанное выше, **английский стиль коммуникации** можно охарактеризовать как:

- **д и с т а н т н ы й** (строгое соблюдение дистанции<sup>2</sup> в пространственном, вербальном и эмоциональном аспектах);
- **н е и м п о з и т и в н ы й** (сведение до минимума коммуникативного воздействия на собеседника);
- **к о с в е н н ы й** (с точки зрения способа выражения коммуникативных интенций);
- **н е к а т е г о р и ч н ы й** (субъективность при выражении мнения, совета, отказа и т. д.);
- **к о о п е р а т и в н о - к о н ф о р м н ы й** (характеризуется ярко выраженной ориентированностью на партнера по коммуникации, которая проявляется как на уровне содержания, так и на уровне оформления высказываний);
- **л и ч н о с т н о - о р и е н т и р о в а н н ы й** (приоритет отдается личности, а не ее статусу, характерна симметричность ролей, демонстрация равенства коммуникантов)<sup>3</sup>, откуда еще одна черта — **н е ф о р м а л ь н о с т ь** (**д е м о к р а т и ч н о с т ь**), проявляющаяся, главным образом, в обращениях и приветствиях, а также в достаточно высокой терпимости к употреблению инвективной лексики);
- **о р и е н т и р о в а н н ы й** **н а** **в ы с о к и й** **у р о в е н ь** **в е ж л и в о с т и** (во всех типах контекстов, связанных с побуждением);

<sup>2</sup> В данном случае речь идет о горизонтальной дистанции, о строгом соблюдении права каждого на личную неприкосновенность, автономию.

<sup>3</sup> Эту черту можно назвать также «равноправием в манерах поведения» (*egalitarianism of manners*) [Годлард 2007: 161].

- регламентированный (большая насыщенность нормами и строгое следование им);
- аттрактивный (характерна ярко выраженная демонстративная приветливость);
- эмотивный (с точки зрения направленности выражаемых эмоций и их коммуникативной функции, т. е. для него характерна сознательная, запланированная демонстрация эмоций, имеющая определенную коммуникативную установку);
- экспрессивный (характерно частое употребление большого количества суперлативных единиц во многих коммуникативных ситуациях);
- имплицитный, ориентированный в большей степени на форму, а не на содержание (значительная асимметрия семантики и прагматики высказываний);
- многословный (во всяком случае, в сфере фатической коммуникации).

Важно подчеркнуть, что дистантность, названная нами в списке характеристик английского стиля коммуникации первой, предопределяет все последующие характеристики и охватывает все коммуникативное пространство англичан — и вербальное, и невербальное, и эмоциональное. Англичане, как было показано, предпринимают большие усилия для того, чтобы сохранить дистанцию и НЕ ЗАДЕТЬ своего собеседника ни жестом, ни словом, ни чувством.

**Русский стиль** по этим параметрам и, что важно, в сопоставлении с английским можно охарактеризовать следующим образом:

- контактный (в пространственном, вербальном и эмоциональном аспектах);
- импозитивный (допустимо прямое коммуникативное воздействие на собеседника);
- прямой (с точки зрения способа выражения коммуникативных интенций);
- категоричный (при выражении мнения, отношения, совета, отказа и т. д.);
- центрированный (характеризуется ярко выраженной ориентированностью на самого говорящего);
- статусно-ориентированный (приоритет часто отдается статусу, характерна асимметричность ролей, демонстрация неравенства коммуникантов), отсюда еще одна черта — **формаль-**

ность, ориентированность на высокий уровень вежливости при отношениях «снизу — вверх»);

- ориентированный на средний и низкий уровни вежливости (при симметричных отношениях, а также отношениях «сверху — вниз»);

- естественный (небольшая насыщенность нормами и нестрогое следование им);

- эмоциональный (характерно свободное проявление эмоций, часто без учета реакции собеседника; сознательная запланированная демонстрация эмоций, имеющая определенную коммуникативную установку, незначительна);

- экспрессивно-умеренный (характерно умеренное употребление суперлативных единиц в фатической коммуникации);

- информативный, ориентированный в большей степени на содержание, а не на форму (характерно совпадение семантики и прагматики высказываний);

- немногословный (в сфере фатической коммуникации).

Что касается особенностей организации дискурса, то здесь также прослеживаются существенные различия. Англичане не допускают длинных пауз, нетерпимы к молчанию; не перебивают друг друга и строго следуют правилу поочередности реплик (*turn-taking*). Данное правило сравнивают с игрой в теннис, когда, получив мяч, партнер, не задерживая, отправляет его назад; если в разговоре принимает участие больше двух человек, их действия напоминают игру в парный теннис или в волейбол, очередь здесь отсутствует. Если посмотреть с таких позиций на действия русских коммуникантов (сознательно не употребляю здесь слово *собеседников*), то первое, что приходит на ум, это сравнение с футболом. Они часто действуют по принципу — «Мяч мой, попробуй отбери». В русской коммуникативной культуре, столь строгого правила организации диалога не существует. Русские коммуниканты строят диалог более свободно, легко допускают перебивы и нахлесты начальной фразы одного собеседника на конечную фразу другого, что не мешает процессу общения.

В этой связи уместно отметить, что, по наблюдению исследователей (см. [Tannen 1990]), в некоторых культурах специально создается эффект перебивания, предполагающий нахлест конечной фразы одного собеседника и начальной другого, так как «именно это считается свидетельством высокой степени вовлеченности собеседни-

ков в общение» [Леонтович 2005: 291]. Возможно, это происходит потому, что нахлест фраз — это также своеобразный контакт, поэтому не случайно, что в контактных культурах, в том числе в русской, отношение к нему толерантное и даже позитивное, в то время как в дистантных подобный контакт воспринимается как ущемление прав и свобод личности, вторжение в чужое, в данном случае временное, пространство.

Важным средством заполнения пауз в английской коммуникативной культуре является так называемый *small talk* — бессодержательный разговор, поверхностное общение, которое при этом играет важную коммуникативную роль. Помимо заполнения пауз, он является средством установления контакта, создания доброжелательной психологической атмосферы.

В русской коммуникативной культуре отсутствие информативности, напротив, оценивается отрицательно, одним из главных достоинств говорящего признается умение донести информацию до слушающего. Даже единицы фатической коммуникации, как было показано, в значительной степени сохраняют свою семантику, т. е. десемантизированы в меньшей степени.

Что касается средств паравербальной и невербальной коммуникации, то в обобщенном виде особенности их использования можно сформулировать следующим образом: англичане предпочитают говорить тихим голосом, в среднем темпе, нетерпимы к молчанию; с точки зрения проявления эмоций крайне сдержанны, строго соблюдают дистанцию, избегают тактильной коммуникации, ограниченно используют жесты.

Поведение русских и здесь регламентировано в меньшей степени. Для них характерен более естественный стиль коммуникации: они могут повышать голос, перебивать собеседника, свободно выражать эмоции, в большей степени, чем англичане, терпимы к паузам и молчанию, допускают вторжение в личное пространство, допускают тактильную коммуникацию, больше жестикулируют.

Предложенная здесь модель описания английского и русского стилей коммуникации представляет собой попытку обобщить и систематизировать национально-культурные особенности коммуникативного поведения представителей двух культур и не претендует на законченность и завершенность.

Главной целью было показать, что национальный стиль коммуникации — это такая же объективная данность, как и национальный

язык, в нем отражаются коммуникативное сознание народа, его культурные ценности и традиции, и он должен быть объектом целенаправленного изучения и описания.

Описание национальных стилей коммуникации, выделение стилеобразующих черт, а также выявление экстралингвистических факторов, формирующих их, помогает обобщить набор разрозненных фактов, представить коммуникативное поведение народа в виде целостной и логичной системы, что чрезвычайно важно как для теории, так и для практики.

Решение подобных задач возможно только на междисциплинарном уровне с привлечением сведений из языкознания, сопоставительной стилистики, этнопсихолингвистики, социолингвистики, лингвопрагматики, теории межкультурной коммуникации, культурологии, этнологии и других областей. Возможные результаты обогатят каждую из наук и помогут ответить на уже поставленные ими вопросы. Интегративную роль в обобщении разного рода знаний, помогающих объяснить особенности коммуникативного поведения народа и представить его в виде системы, могло бы взять на себя новое междисциплинарное научное направление — **к о м м у н и к а т и в н а я этностилистика**.

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## Приложение 1. Анкеты

### Анкета № 1

#### ВЕЖЛИВОСТЬ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР<sup>1</sup>

Заполните, пожалуйста, пробелы и сообщите следующие данные:

возраст \_\_\_\_\_ место рождения \_\_\_\_\_

пол \_\_\_\_\_ образование \_\_\_\_\_

национальность \_\_\_\_\_ профессия \_\_\_\_\_

Был ли вы у вас опыт общения с англичанами:

да/нет, где \_\_\_\_\_, как долго \_\_\_\_\_

1. Напишите, пожалуйста, что значит для вас слово «вежливость», какого человека вы можете назвать вежливым.

Вежливость — это \_\_\_\_\_

Вежливый человек — это \_\_\_\_\_

2. Приведите, пожалуйста, пример поведения, которое вы расцениваете как вежливое. \_\_\_\_\_

3. Приведите, пожалуйста, пример поведения, которое вы считаете невежливым. \_\_\_\_\_

4. Как в целом вы могли бы охарактеризовать русских людей?

а) очень вежливые

б) вежливые

в) невежливые

5. Как в целом вы могли бы охарактеризовать англичан (если у вас не было опыта общения или нет определенного мнения, не отвечайте на этот вопрос)?

а) очень вежливые

б) вежливые

в) невежливые

6. Какие другие черты национального характера вы могли бы выделить? русские \_\_\_\_\_

англичане \_\_\_\_\_

7. Можете добавить любые комментарии, относящиеся к теме анкеты.

\_\_\_\_\_

<sup>1</sup> В данную монографию вошел материал, касающийся только вежливости.

Questionnaire № 1  
POLITENESS AND NATIONAL CHARACTER

I would very much appreciate your help with my research. Would you please fill in the blanks or put X in the appropriate place in the following.

Age: \_\_\_\_\_

Sex: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_

Nationality: English \_\_\_\_\_ Other \_\_\_\_\_

Place of birth: \_\_\_\_\_

Place of residence: \_\_\_\_\_

Education: Elementary school \_\_\_\_\_ College \_\_\_\_\_

Secondary school \_\_\_\_\_ University \_\_\_\_\_

Occupation/Profession \_\_\_\_\_

1. Could you please write in the place provided below what the word 'politeness' means to you, and what you consider to be the characteristics of a polite person.

Politeness is \_\_\_\_\_

Polite person is \_\_\_\_\_

2. Please give an example of behaviour, which impresses you as being polite.

\_\_\_\_\_

3. Please give an example of behaviour, which impresses you as being impolite.

\_\_\_\_\_

4. How would you characterise English people in general?

a. very polite \_\_\_\_\_

b. fairly polite \_\_\_\_\_

c. not polite \_\_\_\_\_

5. How would you characterise Russian people in general (if you've had some experience)?

a. very polite \_\_\_\_\_

b. fairly polite \_\_\_\_\_

c. not polite \_\_\_\_\_

6. What other traits of English and Russian character could you pick out?

English \_\_\_\_\_

Russian \_\_\_\_\_

7. Add any comments you consider relevant to the questionnaire. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Анкета № 2 РАЗГОВОРНЫЙ ДИСКУРС 1

Заполните, пожалуйста, пробелы и сообщите следующие данные:

возраст _____	место рождения _____
пол _____	образование _____
национальность _____	профессия _____

Прочитайте, пожалуйста, следующие диалоги и дополните их репликами, которые кажутся вам наиболее естественными в данных ситуациях.

### 1. Водитель и патруль ГИБДД:

Инспектор: *Там стоит ваша машина?*

Водитель: *Да, я оставил ее на минутку.*

Инспектор: \_\_\_\_\_

Водитель: *Хорошо, хорошо. Сейчас уберу.*

### 2. В ресторане.

Антон: *Что ты будешь?*

Мария: *Не знаю. Давай посмотрим меню.*

Антон: *Хорошо. (официанту) \_\_\_\_\_*

### 3. На уроке.

Учитель: *В ваших учебниках вы можете прочитать о том, что мы обсуждали. Сейчас \_\_\_\_\_.*

Ученик: *На какой странице?*

### 4. Мать и сын:

Мать: *Саша, у нас мало муки, а я собиралась испечь пирог. \_\_\_\_\_*

*Я думаю, он еще открыт.*

Сын: *Хорошо, мама, сейчас.*

### 5. Подруги.

Ира: *У меня ужасно болит зуб.*

Света: \_\_\_\_\_

Ира: *Терпеть не могу зубных врачей, но думаю, ты права.*

### 6. Друзья.

Денис: *Аня сердится на меня за то, что я не был на ее вечеринке. Не знаю, что и делать.*

Олег: \_\_\_\_\_

Денис: *Хорошая идея.*



**7. Мама и дочь:**

Дочь: *Мама, мне скучно.*

Мама: *Разве у тебя нет уроков?*

Дочь: *Я их уже сделала.*

Мама: *Тогда \_\_\_\_\_*

**8. Вы приглашаете своего друга/подругу на день рождения (он/она принимает приглашение):**

Вы: \_\_\_\_\_

Он/она: \_\_\_\_\_

**9. Вы давно не видели своего друга/подругу и приглашаете его/ее зайти к вам в гости (он/она принимает приглашение):**

Вы: \_\_\_\_\_

Он/она: \_\_\_\_\_

**10. Ваша мама (бабушка) приглашает вас к себе на обед (вы принимаете приглашение):**

Она: \_\_\_\_\_

Вы: \_\_\_\_\_

Он/она: \_\_\_\_\_

**11. Вы с друзьями едете на экскурсию и приглашаете вашего нового коллегу/приятеля поехать с вами (он/она не принимает приглашение):**

Вы: \_\_\_\_\_

Он: \_\_\_\_\_

Questionnaire № 2  
CONVERSATIONAL DISCOURSE 1

I would very much appreciate your help with my research. Would you please fill in the blanks or put X in the appropriate place in the following.

Age: \_\_\_\_\_  
 Sex: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_  
 Nationality: English \_\_\_\_\_ Other \_\_\_\_\_  
 Place of birth: \_\_\_\_\_  
 Place of residence: \_\_\_\_\_  
 Education: Elementary school \_\_\_\_\_ College \_\_\_\_\_  
 Secondary school \_\_\_\_\_ University \_\_\_\_\_  
 Occupation/Profession \_\_\_\_\_

Would you now read the following dialogues and complete them in the way, which seems to you the most natural in these situations.

**1. Driver and the policeman.**

Policeman: *Is that your car over there?*

Driver: *Yes, I left it there for a minute.*

Policeman: \_\_\_\_\_

Driver: *OK. OK. I'm sorry. I'll move at once.*

**2. In a restaurant.**

Tom: *What would you like to eat?*

Mary: *I don't know. Let's have a look at the menu.*

Tom: *OK. (to the waiter) \_\_\_\_\_*

**3. At the lesson.**

Teacher: *In your textbook there is some more information on the phenomenon we've just discussed. Now \_\_\_\_\_.*

Pupil: *On what page?*

**4. Mother and son.**

Mother: *Tom, we're short of flour and I was going to bake a cake. \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ I think it's still open.*

Son: *OK, Mom.*

**5. Friends.**

Alison: *I have a terrible toothache.*

Eleanor: \_\_\_\_\_

Alison: *I hate dentists, but I think you're right.*

**6. Friends.**

David: *Ann is angry with me for not coming to her party. I don't know what to do.*

Richard: \_\_\_\_\_

David: *That's a great idea.*

**7. Mother and daughter.**

Daughter: *Mum, I'm bored.*

Mother: *Don't you have any homework?*

Daughter: *I've already done it.*

Mother: *In that case* \_\_\_\_\_

Daughter: *Great idea!*

**8. You invite your friend to your birthday party (s/he accepts):**

You: \_\_\_\_\_

S/he: \_\_\_\_\_

**9. You haven't seen your friend for a long time. You invite him/her to come round to your place (s/he accepts ).**

You: \_\_\_\_\_

S/he: \_\_\_\_\_

**10. Your Mother (Granny) is inviting you round to dinner (you accept).**

She: \_\_\_\_\_

You: \_\_\_\_\_

**11. You and your friends are going on an excursion. You invite your new colleague (classmate) to join you (s/he doesn't accept).**

You: \_\_\_\_\_

S/he: \_\_\_\_\_

Анкета № 3  
РАЗГОВОРНЫЙ ДИСКУРС 2

Заполните, пожалуйста, следующие данные:

возраст \_\_\_\_\_ место рождения \_\_\_\_\_  
 пол \_\_\_\_\_ образование \_\_\_\_\_  
 национальность \_\_\_\_\_ профессия \_\_\_\_\_

Прочитайте, пожалуйста, следующие диалоги и дополните их репликами, которые кажутся вам наиболее естественными в данных ситуациях. Можете поставить прочерк там, где это кажется вам уместным.

**1. Ваш друг приглашает вас прийти к нему на обед. Вы принимаете приглашение.**

Он/она: *Приходи ко мне в воскресенье. Пообедаем вместе.*

Вы: \_\_\_\_\_

Он/она: \_\_\_\_\_

**2. Ваш друг приглашает вас на день рождения. Вы принимаете приглашение.**

Он/она: *Приходи ко мне на день рождения.*

Вы: \_\_\_\_\_

Он/она: \_\_\_\_\_

**3. Вы уходите из гостей:**

Вы: \_\_\_\_\_

Он/она: \_\_\_\_\_

**4. Ваш друг обещает починить вашу машину/велосипед:**

Он: *Если у меня будет завтра время, я зайду и посмотрю, что с ней (с ним) не так.*

Вы: \_\_\_\_\_

Он: \_\_\_\_\_

**5. Он починил ее (его):**

Он: *Теперь все в порядке.*

Вы: \_\_\_\_\_

Он: \_\_\_\_\_

**6. Ваши родители (муж/жена) подарили вам в день рождения золотое кольцо:**

Они (он/она): *Это тебе.*

Вы: \_\_\_\_\_

Они (он/она): \_\_\_\_\_

---

**7. Друг дарит вам книгу вашего любимого писателя:**

Он: *Это тебе.*

Вы: \_\_\_\_\_

Он: \_\_\_\_\_

Questionnaire № 3  
CONVERSATIONAL DISCOURSE 2

I would very much appreciate your help with my research. Would you please fill in the blanks or put X in the appropriate place in the following.

Age: \_\_\_\_\_  
 Sex: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_  
 Nationality: English \_\_\_\_\_ Other \_\_\_\_\_  
 Place of birth: \_\_\_\_\_  
 Place of residence: \_\_\_\_\_  
 Education: Elementary school \_\_\_\_\_ College \_\_\_\_\_  
 Secondary school \_\_\_\_\_ University \_\_\_\_\_  
 Occupation/Profession \_\_\_\_\_

Would you now read the following dialogues and complete them in the way, which seems to you the most natural in these situations. Say as much or as little as you wish. You may choose to say nothing in several circumstances.

**1. Your friend invites you to come round. You accept the invitation.**

S/he: *Would you like to come to dinner next Sunday?*

You: \_\_\_\_\_

S/he: \_\_\_\_\_

**2. Your friend invites you to his birthday party. You accept the invitation.**

S/he: *Would you like to come to my birthday party?*

You: \_\_\_\_\_

S/he: \_\_\_\_\_

**3. Leaving your friend's house after a nice dinner.**

You: \_\_\_\_\_

S/he: \_\_\_\_\_

**4. Your friend promises to help repair your bike/car.**

He: *If I have some time tomorrow I'll come round and see what's wrong with your bike/car.*

You: \_\_\_\_\_

He: \_\_\_\_\_

**5. He has repaired it.**

He: *Now that's OK.*

You: \_\_\_\_\_

He: \_\_\_\_\_

---

**6. Your parents (wife/husband) gave you a golden ring as a birthday present.**

They (s/he): *Here's a little something for you.*

You: \_\_\_\_\_

They (s/he): \_\_\_\_\_

**7. Your friend gives you a book by your favourite writer as a present.**

S/he: *This is for you.*

You: \_\_\_\_\_

S/he: \_\_\_\_\_

## Приложение 2. Результаты эмпирического исследования (вежливость дистанцирования)

### ТАБЛИЦЫ № 1–3. РЕЧЕВОЙ АКТ «ПРОСЬБА»<sup>2</sup>

Таблица № 1

Частотность употребления языковых средств  
при различной степени вежливости (английский язык)

Языковые модели	Степень вежливости, %		
	Низкая	Средняя	Высокая
<b>Побудительные высказывания: Императив, прямой декларатив (<i>I need</i>)</b>	34,4	3,1	0
<b>Вопросительные высказывания (всего)</b>	62,5	84,4	71,9
1) вопрос о желании адресата совершить действие ( <i>Would you ...?</i> )	0	6,3	18,8
2) вопрос о возможности адресата совершить действие	62,5	78,1	53,1
<i>Can you ...?</i>	53,1	48,4	28,1
<i>Could you ...?</i>	9,4	29,7	25
<b>Развернутые высказывания (декларативные и вопросительные: <i>I'd appreciate if you'd.../ I'd like to know if it is possible.../ Would you be good enough to...</i>)</b>	3,1	12,5	28,2

<sup>2</sup> Таблица № 1 составлена на основе обобщенных данных Э. Ринтель [Rintell 1981: 21–23].

Таблицы № 2–3 составлены на основе обобщенных данных М. А. Егоровой [Егорова 1995].



Таблица № 2

**Языковые модели, используемые для выражения просьбы  
в английском и русском языках**

Реквезитивные модели	Английский язык	Русский язык
<b>Императив</b>	3,1	58,25
<b>Вопросительные высказывания</b>	91,9	37,22
1) объектно-ориентированные (вопрос-побуждение)	55,6	31,07
2) субъектно-ориентированные (вопрос-разрешение)	36,3	6,15
Другие модели	5	4,53

Таблица № 3

**Способы выражения *Просьбы* о действии в зависимости  
от ее сложности<sup>3</sup> в английском и русском языках**

Реквезитивные модели	Степень сложности					
	Элементарная		Средняя		Высокая	
	Англ.	Рус.	Англ.	Рус.	Англ.	Рус.
<b>Императив</b>	20	100	0	73,7	0	53
<b>Вопросительные высказывания</b>	76	0	83	21	90,5	41
<i>Can you...?</i>	33		29		14,3	
<i>Could you...?</i>	43		54		38,1	
<i>Would you mind...? / Any chance of...?</i>					38,1	
Другие	4	0	17	5,3	9,5	6

<sup>3</sup> *Элементарная просьба* — просьба передать предмет, *просьба средней сложности* — просьба купить что-нибудь в буфете, *просьба повышенной сложности* — просьба помочь с иностранным языком (участники коммуникации — студенты).

Таблица № 4

Директивные речевые акты<sup>4</sup>

Ситуации	Английские информанты					Русские информанты				
	1	2	3	4	В среднем	1	2	3	4	В среднем
Речевые модели	32	0	66	6	26	71	60	100	80	78
1. Побудительные высказывания (прямое побуждение)	12	0	52	6	17,5	62	60	100	80	75
а) императив <i>Do X / Сделай(те) X</i>	0	0	14	0	3,5	0	0	0	0	0
б) совместное действие	20	0	0	0	5	9	0	0	0	2
в) с модальными глаголами: <i>You have / should / 'd better do X;</i> <i>Вы должны сделать X.</i>										
2. Вопросительные высказывания	34	98	19	92	61	1	40	0	20	15
а) ориентированные на адресата: <i>can/could/will/would/would you mind X;</i> <i>Не мог(ли) бы вы/ты сделать X</i>	26	1	19	92	69	1	28	0	20	12
б) ориентированные на говорящего <i>Could/Can/May I have X / Можно мнею?</i>	0	97	0	0	24	0	12	0	0	3
в) вопрос-намеки	8	0	0	0	2	0	0	0	0	0

<sup>4</sup> Сводная таблица по четырем коммуникативным ситуациям № 1-4 (Анкета № 1).

3. Декларативные высказывания	34	2	15	2	13	28	0	0	0	7
а) ориентированные на говорящего <i>I'd like you to X</i> <i>I want you toX</i> <i>We would like to X</i> <i>Я прошу вас X</i>	3	0	6	2	3	2	0	0	0	0
б) ориентированные на адресата <i>If you would doX / If you wouldn't mind doing X</i>	0	2	9	0	3	0	0	0	0	0
в) намек <i>(That's a no parking area /</i> <i>Здесь стоянка запрещена),</i>	31	0	0	0	8	4	0	0	0	1
г) угроза <i>(Если вы не сделаете X, то...)</i>	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1

Таблица № 5

Речевой акт «Приглашение»<sup>5</sup>

Ситуации	Английские информанты					Русские информанты				
	1	2	3	4	В среднем	1	2	3	4	В среднем
	Речевые модели	0	20	14	0	8	24	72	74	32
<b>1. Побудительные высказывания (прямое побуждение)</b>										
а) императив	0	10	12	0	5,5	22	46	74	0	41
б) совместное действие: <i>Let's meet up / Давай поведем ко мне</i>	0	2	2	0	1	0	22	0	32	9
в) с модальным глаголом <i>must</i> / должен	0	8	0	0	1,5	2	4	0	0	1
<b>2. Вопросительные высказывания (орнетированы на адресата)</b>	78	76	84	88	82	20	22	6	62	27
а) вопрос о желании адресата <i>Would you like to come? / Ты бы хотел прийти?</i>	60	50	66	86	66	2	8	2	48	15
б) вопрос о возможности адресата <i>Can you come? / Ты сможешь прийти?</i>	10	4	6	0	5	2	0	2	0	1
в) вопрос о намерении <i>Will you come? / Ты придешь?</i>	8	2	8	0	4,5	16	14	2	14	11
г) вопрос-предложение <i>Why don't you / What about...?</i>	0	20	4	2	6,5	0	0	0	0	0

<sup>5</sup> Сводная таблица по четырем коммуникативным ситуациям № 8-11 (Анкета № 2).

3. Декларативные высказывания: (ориентированы на говорящего)	22	4	2	12	10	56	6	20	6	22
а) с перформативным глаголом: <i>I invite you / I'd like to invite you / Приглашаю тебя</i>	4	2	1	0	2	26	6	4	3	10
б) <i>I expect you / (Я) жду</i>	0	0	1	0	0	12	0	10	0	5,5
в) <i>I'd be delighted / (Я) буду рад(а)</i>	10	2	0	0	3	18	0	0	0	4,5
г) <i>You are welcome / Мы хотим, чтобы вы/ты ...</i>	0	0	0	8	2	0	0	2	3	1
д) НЕМЕЦК	8	0	0	4	3	0	0	4	0	1

Таблица № 6

Речевой акт «Совет»<sup>6</sup>

Речевые модели	Ситуации					Английские информанты					Русские информанты				
	1	2	3	Все	1	2	3	Все	1	2	3	Все			
1. с императивом	6	49	37	31	51	83	91	75							
2. с модальными глаголами	85	12	23	40	46	14	8	22,5							
<i>You should / Тебе следует, стоишь</i>	69	9	9	29	8	5	0	5	8	0	0	5			
<i>ought to</i>	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
<i>You'd better</i>	8	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0			
<i>Have to/нужно, надо</i>	5	0	0	2	32	6	0	13	32	6	0	13			
<i>must / должен</i>	2	0	0	1	6	3	0	3	6	3	0	3			
<i>Can /could / возможно</i>	0	3	14	5	0	0	8	3	0	0	8	3			
Модальный глагол + другие средства модальности	38	9	5	17	3	9	0	4	3	9	0	4			
<i>I think / Я думаю</i>	9	4,5	0	5	3	9	0	4	3	9	0	4			
<i>Maybe</i>	25	4,5	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0			
<i>Perhaps</i>	3	0	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0			
<i>Probably</i>	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Модальный глагол + усиление (straight away, immediately / срочно, обязат-но)	3	0	0	1	17	0	0	6	17	0	0	6			

<sup>6</sup> Сводная таблица по трем коммуникативным ситуациям № 5-7 (Анкета № 1).

3. Вопросительные высказывания	9	39	40	29	0	0	1	0,3
<i>Why don't you...</i>	7	34	31	24	0	0	0	0
<i>Why...not...?</i>	0	5	5	3,3	0	0	0	0
<i>How do you feel about...?</i>	0	0	1		0	0	0	0
<i>What about...?</i>	2	0	3	1,6	0	0	0	0
4. Высказывания с перформативными глаголами								
<i>Я тебе советую</i>	0	0	0	0	3	3	0	2

### Приложение 3. Результаты эмпирического исследования (вежливость сближения)

Таблица №1

Ситуация 1: Ваш друг приглашает вас к себе на обед: *Would you like to come to dinner next Sunday? / Приходи ко мне в воскресенье. Пообедаем вместе.*

Значение реплик	Английские информанты		Русские информанты	
	кол-во употр.	Языковые модели	кол-во употр.	Языковые модели
<b>Благодарность (всего)</b>	47	<i>Thank you / Thanks</i>	24	<i>Спасибо.</i>
Из них благодарность с интенсификаторами	50	<i>Thank you very much / Thanks very much / Thanks a million</i>	0	
<b>Оценка (всего)</b>	93,5		24	
а) личные высказывания	48,3	<i>I'd love to / I'd love to come/ I'd be delighted to come/ I'd be thrilled and honoured</i>	16,6	<i>Я буду очень рада / С удовольствием ем / С радостью</i>
б) безличные высказывания	38,7	<i>Great / That would be great / That sounds great (cool) / That would be lovely / That's very nice of you</i>	7,4	<i>Отлично /здорово</i>
в) оба типа	6,5	<i>Great. I'd love to</i>	0	—



Согласие	34	Yes / Yeah / OK (всегда только в сочетании с личной оценкой)	37	Хорошо / ладно / приду / ОК
Обещание прийти	3,2	Sure	45	Обязательно / конечно (приду)
Неопределенность	0	—	11,5	Если у меня будет время / Не буду обещать, посмотрю / Если смогу / постараясь
Отказ	0	—	5,7	Извини, не смогу / Извини, никак не смогу / В это воскресенье не получится

**Ситуация 2: Ваш друг приглашает вас на день рождения: *Would you like to come to my birthday party?* / Приходи ко мне на день рождения.**

Значение реплик	Английские информанты		Русские информанты	
	кол-во употр.	Языковые модели	кол-во употр.	Языковые модели
Благодарность	35,1	<i>Thank you/Thanks</i>	32,7	Спасибо
Из них благодарность с интен-сификаторами	40,4	<i>Thank you very much / Many thanks / Thanks a million</i>	27,7	Большое спасибо
Оценка (всего)	81		23,5	
а) личные высказывания	40,5	<i>I'd love to / I'd love to come / I'd be delighted to come / I'd be thrilled and honoured (formal)</i>	18,0	<i>Я буду очень рад(а) / С удовольствием / С большим удовольствием / С радостью</i>
б) безличные:	36,1	<i>Great / That would be great / That sounds great (fantastic) / That would be lovely (great fun) / Brilliant, Cool / Yes, please</i>	5,4	<i>Замечательно/отлично/здорово</i>
в) оба типа	8,1		0	

Согласие	32,4	Yes / Yeah / OK (всегда только в комбинации с другими репликами)	15	Хорошо / Постараюсь
Обещание (заверение) прійти	13,5	<i>I wouldn't miss it / I wouldn't miss it for the world / I'll definitely come / I be there / Sure</i>	60	Обязательно / конечно (прійду) / Естественно / Как я могу не прийти! / Ради тебя, я отложу все дела

Таблица № 3

Ситуация 3: Вы уходите из гостей / You're leaving your friend's house after a nice dinner

Значение респондента	Английские информанты		Русские информанты	
	кол-во уотр.	Языковые модели	кол-во уотр.	Языковые модели
Благодарность (всего)	91,2	<i>Thank you / Thanks</i>	78	<i>Спасибо</i>
Из них с интенсификаторами	64,7	<i>Thanks a lot / Thank you very much / Thank you so much / Thanks very much / Thanks a million</i>	23,6	<i>Большое спасибо / Огромное спасибо</i>
Оценка (всего):	152		74	
Общая оценка	35,3	<i>That was lovely / great / excellent / wonderful / very enjoyable</i>	16	<i>Все было замечательно/прекрасно/великолепно/очень мило</i>
Оценка ужина	41,2	<i>Dinner was lovely / delicious / really nice / wonderful / great</i>	7,2	<i>Ужин был прекрасный/хороший</i>
Оценка еды	20,5	<i>The food (meal) was gorgeous / exquisite/ lovely / beautiful</i>	40	<i>Все было очень вкусно</i>
Оценка через личное отношение	31	<i>I really enjoyed that (the meal, the afternoon) / I thoroughly enjoyed the meal / I've really enjoyed myself / I had a great time.</i>	5,4	<i>Я получила истинное удовольствие / очень хорошо провела с тобой время</i>

Оценка-комплимент	23,8	You outdid yourself / You really are a marvelous / excellent / superb / wonderful cook / Compliments to the chef / That was delicious / You were so kind to ask me.	5,4	Ты, оказывается, отлично (хорошо) готовишь / Ты прелесть.
Ответное приглашение	14,7	You'll have to come over to my house next time / You must come around to my house sometime / I'll have to invite you around some time now / I promise that I'll cook next time.	7,2	Приходи ко мне / Теперь я тебя жду в гости / Следующее воскресенье обедаем у меня / В следующий раз угощаю я.
Намерение дальнейших встреч, контактов	17,6	I wish we did it more often / We'll have to do it again soon / I'll give you a call / I'll ring you later / I'll talk to you tomorrow.	5,4	Увидимся в университете / Я позволю / До скорой встречи.

Таблица № 4

**Ситуация 4: Ваш друг обещает починить вам машину/велосипед: Если у меня будет завтра время, я зайду и посмотрю, что с ней/с ним не так / If I have some time tomorrow I'll come round and see what's wrong with your car/bike.**

Значение реплик	Английские информанты		Русские информанты	
	кол-во употр.	Языковые модели	кол-во употр.	Языковые модели
Благодарность (всего)	62	Thank you / Thanks	38	Спасибо
Из них с интенсификаторами	51	Thank you very much / Thank you so much / Thanks very much / Thanks a million / I (would) really appreciate it	16,6	Большое спасибо / Огромное спасибо / Спасибо заранее / Я буду очень благодарен / признателен
Оценка (всего):	85,2		18,2	
Эмоциональная оценка	67,6	Great. That would be great / That would be wonderful / That's so sweet / That would be so kind / Deadly	18,2	Было бы хорошо (нелюбо/замечательно/здорово) / Отлично / Я был бы очень рад
Оценка-комплимент	17,6	You are so kind / You are too kind / That would be very kind of you / You are wonderful	0	—
Забота о партнере	35,3	Are you sure? / Are you sure it is not too much trouble? / Would you mind? / Do you mind? / Great, but only if you have the time / Don't worry if you can't make it / If you don't have the time don't worry about that	6	Если тебя не затруднит / Если ты сможешь / Если тебе нетрудно

Согласие	5,8	OK / Right / I'll expect you	30,9	<i>Хорошо / Я буду ждать / Заходи / Договорились</i>
Просьба	0	—	14,8	<i>Будь так любезен / Зайди, пожалуйста / Прошу / Только давай, побыстрее / Только не забудь.</i>

Таблица № 5

Ситуация 5: Ваш друг починил вам машину/велосипед: *Now that's OK / Теперь все в порядке.*

Значение респондентов	Английские информанты		Русские информанты	
	кол-во употреб.	Языковые модели	кол-во употреб.	Языковые модели
Благодарность (всего)	90		83,5	
Из них с лексическими интенсификаторами	51,8	<i>Many thanks / Thank you very much / Thank you so much / Thanks very much / Thanks a million</i>	58,3	<i>Большое спасибо / Огромное спасибо</i>
Двойная благодарность	14,8	<i>Thank you so much. I really appreciate it</i>	6,2	<i>Спасибо. Я очень тебе благодарен.</i>
Оценка (всего):	64,2		37,4	
Эмоциональная оценка	17,6	<i>That's fantastic / That's excellent / That's brilliant</i>	3,5	<i>Отлично / Ты не представляешь, как я счастлива! / Вот чудо!</i>
Оценка значимости услуги	10	<i>You have saved me a lot of hassle / I don't know what I'd have done without you / I wouldn't have been able to do it without you.</i>	25	<i>Ты мне очень помог / Ты мне здорово помог / Ты меня выручил / Ты меня просто спас / Ты избавил меня от кучи проблем / Без тебя я бы не справился / Я бы сам этого никогда не сделал / (Не знаю) что бы я без тебя делал.</i>



Оценка -комплимент	36,6	<i>You're a genius / You're a star / You're absolutely fantastic / You're great / You're very gifted with your hands</i>	8,9	<i>Ты гений / Ты просто мастер / У тебя золотые руки</i>
Признание долга	13,3	<i>I'll return a favour to you sometime / I owe you ... / I'll buy you a drink tomorrow / How much do I owe you</i>	17,8	<i>Надеюсь, как-нибудь я тебе тоже смогу помочь / Я твой должник / Теперь я у тебя в долгу / За мной...</i>

Таблица № 6

Ситуация 6: Ваши родители (муж/жена) подарили вам в день рождения золотое кольцо:  
*Here's a little something for you / Это тебе.*

Значение респик	Английские информанты		Русские информанты	
	кол-во употр.	Языковые модели	кол-во употр.	Языковые модели
Благодарность (всего)	88,2		87,2	
Из них с интенсификаторами	46,6	<i>Thank you very much / Thank you so much / Thanks very much / Thanks a million</i>	16,3	<i>Большое спасибо / Огромное спасибо</i>
Оценка (всего):	158,7		96,3	
Оценка кольца	85,3	<i>It's / That's gorgeous (34,5%), также simply gorgeous / lovely / really lovely / beautiful / so sweet / fantastic / marvelous / That's the most amazing present ever / It's the best present ever.</i>	40	<i>Какое / такое / очень красивое (68,2%), также изумительное/замечательное / Какая прелесть / Оно прекрасно!</i>
Оценка через личное отношение/состояние	20,5	<i>I love it / I really love it / I'm delighted to get it / Just what I wanted / I'll cherish it all my life / I'll treasure it.</i>	21,8	<i>Мне так нравится! / Я о таком всегда мечтала / Я о таком и мечтать не могла / Я так рад / Я в шоке</i>

Вежливый упрек	35,3	<i>You shouldn't have / His is too much / There is no need for you to get me something.</i>	9,1	<i>Но это очень дорогой подарок / Но зачем такие расходы / Не нужно было покупать такой дорогой подарок / Не стоило так тратить.</i>
Отрицательная реакция	0	—	5,4	<i>Спасибо, конечно, но зачем оно мне? / Я не люблю золото, но все равно спасибо / Я не ношу золотые кольца / Я его в ломбард отдам.</i>

Ситуация 7: Ваш друг дарит вам книгу вашего любимого писателя:  
*Это тебе / This is for you.*

Значение реллик	Английские информанты		Русские информанты	
	кол-во употр.	Языковые модели	кол-во употр.	Языковые модели
Благодарность (всего)	82,3		80	
Из них с интенсификаторами	47,8	<i>Thank you very much / Thanks very much / Thank you so much / Thanks a lot / Thanks a million</i>	13,6	<i>Большое спасибо / Огромное спасибо</i>
Оценка (всего):	141,6		127,0	
Эмоциональная оценка подарка	23,5	<i>Great / That's great / Brilliant / Excellent / It's lovely / That's so nice.</i>	5,4	<i>Здорово / Ура!</i>
Оценка подарка (подчеркивается удачность выбора подарка)	44,1	<i>I love it / I'd love to read it / That's a very thoughtful gift / It's just what I wanted / I've wanted it for ages / I really needed that book / It's my favourite writer / I can't wait / That's the only one I have not read yet / I have been looking everywhere for it.</i>	63,6	<i>Это мой любимый писатель / Я очень люблю этого автора / Я так (давно) мечтала об этой книге / Я так давно ее искал / Я всегда хотела такую / У меня как раз этого тома не хватало / Ты знал, что мне дарить</i>

Оценка качеств адресата и его действий (комплимент)	23,5	<p><i>You are too kind / You are too good / You are a star / You are a grand man / How kind of you / That's so nice of you / That's so thoughtful of you.</i></p>	5,4	<p><i>Ты очень внимательный / Ты супер / Ты лучше всех знаешь мой вкус</i></p>
Через выражение эмоций (удивление)	550,5	<p>Междометия (41,7): <i>Oh / My God / Wow! / Oh! / Ah / Аwww</i>                      (остальные модели — 8,8): <i>How did you know? / But why? / How did you afford it?</i></p>	330,9	<p>Междометия (10,9): <i>O! / Ой! / Ух, ты! / Божже!</i>                      (остальные модели — 20): <i>Не может быть / Вот так сюрприз! / Это невероятно! / Как ты угадал? / Где ты нашел? / Как ты узнал? / Как догадался?</i></p>
Вежливый упрек	5,8	<p><i>You shouldn't have</i></p>	0	—

Таблица № 8

Сводная таблица основных реплик-реакций английских (А) и русских (Р) информантов  
в ситуациях 1-7 (Анкета № 3)

Реплики	Ситуации	1	2	3	4	5	6	7
Благодарность	А	47	35,1	91,2	62	90	88,2	82,3
	Р	24	32,7	78	38	83,5	87,2	80
Из них благодарность с ин- тенсификаторами	А	5						47,8
	Р	0						13,6
Эмоционально-оценочные	А	93,5	81	152	85,2	64,2	158,7	141,6
	Р	24	23,5	74	18,2	37,4	96,3	127,0
В том числе комплименты	А	-	-	23,8	17,6	36,6	-	23,5
	Р	-	-	5,4	0	8,9	-	7,2

Таблица №9  
 Обобщенный анализ количества реплик, употребленных английскими (А) и русскими (Р) информантами  
 в ситуациях 1-7 (Анкета №3)

Кол-во реплик	Ситуация 1		Ситуация 1		Ситуация 1		Ситуация 1		Ситуация 1		Ситуация 1		Ситуация 1	
	А	Р	А	Р	А	Р	А	Р	А	Р	А	Р	А	Р
Одна	16,3	50,0	27,0	52,8	8,8	25,5	20,5	66,7	30,0	51,8	0	20,0	8,8	16,3
Две	52	46,2	56,8	39	53,2	56,3	70,6	33,3	60	44,6	14,7	70,9	44,1	61,9
Три	31,7	3,8	16,2	8,2	32	12,7	8,8	0	10	3,6	50	7,2	41,2	20
Четыре	0	0	0	0	6,1	0	0	0	0	0	23,5	1,8	0	0
Пять	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11,7	0	0	0

## Литература

- Алпатов 1973 — *Алпатов В. М.* Категория вежливости в современном японском языке. М.: Наука, 1973.
- Андреева 2000 — *Андреева Г. М.* Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2000.
- Апресян 1988 — *Апресян Ю. Д.* Прагматическая информация для толкового словаря // Прагматика и проблемы интенциональности. М., 1988.
- Арнольд 2005 — *Арнольд И. В.* Стилистика. Современный английский язык: Учеб. для вузов. 7-е изд. М.: Флинта: Наука, 2005.
- Арутюнова 1995 — *Арутюнова Н. Д.* Истина и этика // Логический анализ языка: Истина и истинность в культуре и языке. М., 1995. С. 7–23.
- Арутюнова 1995 — *Арутюнова Н. Д.* Национальное сознание, язык, стиль // Лингвистика на исходе XX века: Тез. докл. междунар. конф. М., 1995. Т. 1. С. 32–33.
- Арутюнова 1998 — *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека. М., 1998.
- Архипенкова 2006 — *Архипенкова А. Ю.* Выражение совета в английской и русской коммуникативных культурах: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.
- Бабенко 1989 — *Бабенко Л. Г.* Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989.
- Байбурин 1988 — *Байбурин А. К.* Об этнографическом изучении этикета // Этикет у народов Передней Азии. М.: Наука, 1988. С. 12–37.
- Байбурин, Топорков 1990 — *Байбурин А. К., Топорков Ф. Л.* У истоков этикета. Л., 1990.
- Балашова 2003 — *Балашова Л. В.* Вербальная коммуникация и ее отражение в идиоматике русского языка // Прямая и непрямая коммуникация: Сб. науч. статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2003. С. 93–108.
- Бартмицкий 2005 — *Бартмицкий Е.* Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике / Пер. с польского. М.: Индрик, 2005.
- Бахтин 1998 — *Бахтин М. М.* Тетралогия. М., 1998.
- Беляева 1992 — *Беляева Е. И.* Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 1992.
- Беляева-Станден 2003 — *Беляева-Станден Е. И.* Почему ты меня всегда критикуешь? // Языковое сознание: устоявшееся и спорное. XIV Международный симпозиум по психоллингвистике и теории коммуникации: Тез. докл. Москва, 29–31 мая 2003 г. / Ред. Е. Ф. Тарасов. М., 2003. С. 25–26.
- Беляева-Станден 2004 — *Беляева-Станден Е. И.* Межкультурная прагматика совета — русско-американский диалог: Почему ты меня всегда критикуешь? // Языковое сознание: теоретические и прикладные аспекты: Сб. ст. / Под общ. ред. Н. В. Уфимцевой. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2004. С. 305–319.
- Бердяев 1990 — *Бердяев Н. А.* Судьба России. М.: Сов. писатель, 1990.
- Бгажноков 1978 — *Бгажноков Б. Х.* Адыгский этикет. Нальчик: Эльбрус, 1978.
- Бгажноков 1978 — *Бгажноков Б. Х.* Коммуникативное поведение и культура (к определению предмета этнографии общения) // Советская этнография. 1978. № 5. С. 3–17.
- Беликов, Крысин 2001 — *Беликов В. И., Крысин Л. П.* Социоллингвистика: Учебник для вузов. М.: РГГУ, 2001.
- Белл 1980 — *Белл Р. Т.* Социоллингвистика. Цели, методы, проблемы / Пер. с англ. М.: Междунар. отношения, 1980.



- Богданов 1990 — *Богданов В. В.* Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. Л.: ЛГУ, 1990.
- Богданова 2000 — *Богданова Л. И.* Особенности национального мировидения и их отражение в грамматической структуре языка // Россия и Запад: диалог культур. Т. 1. М.: НОПАЗ: 2000. Вып. 8. С. 184–188.
- Богданова 2002 — *Богданова Л. И.* Русские культурные концепты и их роль в человеческом общении // Россия и Запад: диалог культур: 9-я международная конференция, 28–30 ноября 2002 г. Вып. 10. М.: МГУ, 2002. С. 44–48.
- Богданова 2003 — *Богданова Л. И.* Культурные концепты в преподавании иностранных языков // Преподавание иностранных языков и обучение переводу в контексте высшего профессионального образования: Мат-лы выступлений. М.: РУДН, 2003. С. 3–5.
- Бодуэн де Куртене 1963 — *Бодуэн де Куртене И. А.* Избранные труды по общему языкознанию. М.: Изд-во АН СССР, 1963.
- Брандес 2004 — *Брандес М. П.* Стилистика текста. Теоретический курс: Учеб. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Прогресс-Традиция: ИНФРА-М, 2004.
- Будянская, Мягкова 2002 — *Будянская О. О., Мягкова Е. Ю.* Сопоставление средств описания эмоций в английском и русском языках (на примере страха) // Язык, коммуникация и социальная среда: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 2. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. техн. ун-та, 2002.
- Буторина 1992 — *Буторина Г. Г.* Коммуникативная ситуация «побуждение — реакция» в современной англоязычной речи (на материале диалогов в английской и американской прозе XX века): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1992.
- Бутми 1914 — *Бутми Э.* Опыт политической психологии английского народа в XIX веке. СПб., 1914.
- Вежбицкая 1997 — *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание. М., 1997.
- Вежбицкая 1999 — *Вежбицкая А.* Семантические универсалии и описание языков / Пер. с англ. А. Д. Шмелева под ред. Т. В. Булыгиной. М.: Языки рус. культуры, 1999.
- Вежбицкая 2001a — *Вежбицкая А.* Понимание культуры через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А. Д. Шмелева. М.: Языки слав. культуры, 2001a.
- Вежбицкая 2001b — *Вежбицкая А.* Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. М.: Языки слав. культуры, 2001b.
- Вежбицкая 2003 — *Вежбицкая А.* Культурная обусловленность категорий «прямота» vs. «непрямота» // Прямая и непрямая коммуникация: Сб. науч. статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2003. С. 136–159.
- Вежбицкая 2005 — *Вежбицкая А.* Русские культурные скрипты и их отражение в языке // *Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д.* Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М.: Языки слав. культуры, 2005. С. 467–499.
- Вежбицкая 2007 — *Вежбицкая А.* Англоязычные сценарии против «давления» на других людей и их лингвистические манифестации // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов: Изд. центр «Наука», 2007. Вып. 5. Жанры и культура. С. 131–159.
- Верещагин, Костомаров 1990 — *Верещагин Е. М., Костомаров В. Г.* Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.: Рус. яз., 1990.

- Верещагин, Костомаров 1999 — *Верещагин Е. М., Костомаров В. Г.* В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеведческих тактик. М.: Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1999.
- Винокур 2005 — *Винокур Т. Г.* Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. 2-е изд., стереотип. КомКнига, 2005.
- Виссон 1999 — *Виссон Л.* Чужие и близкие в русско-американских браках. М.: Валент, 1999.
- Виссон 2003 — *Виссон Л.* Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур / Пер. с англ. М.: Р. Валент, 2003.
- Власова 2002 — *Власова А. В.* Речевые клише русского и французского языков как отражение языкового сознания представителей двух культур // Межкультурная коммуникация и перевод: Мат-лы междуу. конф. М.: МОРУ, 2002. С. 173–178.
- Володина 2000 — *Володина М. В.* Выражение вежливости и смягченности при волеизъявлении в итальянском и русском языках // Россия и Запад: диалог культур: Доклады 7-й конференции. Т. 1. М.: НОПАЗ: 2000. Вып. 8. С. 189–195.
- Вонг Дж. 2005 — *Вонг Дж.* Культурно обусловленные сценарии, речевые средства для выражения «личной автономии»: стандартный английский vs. английский в Сингапуре // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 2005. Вып. 4. Жанр и концепт. С. 182–198.
- Воробьев 1997 — *Воробьев В. В.* Лингвокультурология. Теория и методы. М.: РУДН, 1997.
- Вошинская 2000 — *Вошинская Н. Ю.* Французы и русские: стереотипы и предрасудки // Россия и Запад: диалог культур: Доклады 7-й конференции. Т. 1. М.: НОПАЗ: 2000. Вып. 8. С. 34–43.
- Выготский 1960 — *Выготский Л. С.* Развитие высших психических функций. М., 1960.
- Газиева 1988 — *Газиева Г. А.* Обращение как коммуникативная единица языка (на материале современного английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ташкент, 1988.
- Гармашова 2000 — *Гармашова И. В.* Русские глазами юаровцев. Персонафицированный портрет // Русский язык за рубежом. 2000. № 1. С. 93–99.
- Годдард 2007 — *Годдард К.* «Играй лучше, Мартина!» (ирония с «каменным лицом» и этнопрагматика австралийского варианта английского языка) // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов: Изд. центр «Наука», 2007. Вып. 5. Жанры и культура. С. 159–183.
- Головина 1997 — *Головина И. В.* Семантика императива и способы его выражения в современном английском и русском языках: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1997.
- Гольдин 1978 — *Гольдин В. Е.* Этикет и речь. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1978.
- Гольдин 1983 — *Гольдин В. Е.* Речь и этикет. М.: Просвещение, 1983.
- Гольдин 1987 — *Гольдин В. Е.* Обращение: теоретические проблемы. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1987.
- Гольдин, Сиротинина, Ягубова 2002 — *Гольдин В. Е., Сиротинина О. Б., Ягубова М. А.* Русский язык и культура речи. М.: УРСС, 2002.
- Горбачевская 2000 — *Горбачевская С. И.* Прагматика вежливости в немецком и русском языках // Россия и Запад: диалог культур: Доклады 7-й конференции. Т. 1. М.: НОПАЗ, 2000. Вып. 8. С. 318–324.

- Горелов 1980 — *Горелов И. Н.* Невербальные компоненты коммуникации. М.: Наука, 1980.
- Горелов, Седов 2001 — *Горелов И. Н., Седов К. Ф.* Основы психолингвистики. М.: Лабиринт, 2001.
- Горелов И. Н. Избранные труды по психолингвистике. М.: Лабиринт, 2003.
- Горошко 1999 — *Горошко Е. И.* «Эмоция — ассоциация» и их связь со спецификой русского языкового сознания // Язык и образование. Курск, 1999.
- Граудина, Ширяев 1998 — *Граудина Л. К., Ширяев Е. Н. (ред.)* Культура русской речи: Учеб. для вузов. М.: Изд. группа НОРМА-ИНФРА. М., 1998.
- Грейдина 2003 — *Грейдина Н. Л.* Основы коммуникативной презентации. Пятигорск: ПГЛУ. Изд-во «Рекламно-информационное агенство на КМВ», 2003.
- Гудков 2003 — *Гудков Д. Б.* Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.
- Гумбольдт В. фон 1984 — *Гумбольдт В. фон.* Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984.
- Гумбольдт В. фон. 1985 — *Гумбольдт В. фон.* Язык и философия культуры. М.: Прогресс, 1985.
- Дементьев 2000 — *Дементьев В. В.* Непрямая коммуникация и ее жанры. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000.
- Дементьев 2003 — *Дементьев В. В.* Проблемы непрямой коммуникации // Прямая и непрякая коммуникация: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2003. С. 5–16.
- Дементьев, Фенина 2005 — *Дементьев В. В., Фенина В. В.* Когнитивная генристика: внутрикультурные речевые ценности // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. Вып. 4. Жанр и концепт.
- Дорошенко 1986 — *Дорошенко А. В.* Побудительные речевые акты и их интерпретация в тексте (на материале английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1986.
- Драздаускене 1970 — *Драздаускене М.-Л. А.* Контактуюстанавливающая функция речи: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1970.
- Древнекитайская философия 1973 — *Древнекитайская философия.* Т. 1–2. М., 1973.
- Душков 2001 — *Душков Б. А.* Психология типов личности, народов и эпох. Екатеринбург: Деловая книга, 2001.
- Егорова 1995 — *Егорова М. А.* Контрастивно-прагматический анализ способов реализации просьбы: сопоставление британской, американской и русской традиций: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1995.
- Егорова 1995 — *Егорова М. А.* Контрастивно-прагматический анализ способов реализации просьбы: сопоставление британской, американской и русской традиций: Дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1995.
- Ермакова, Земская 1993 — *Ермакова О. Н., Земская Е. А.* К построению типологии коммуникативных неудач // Русский язык в его функционировании. М., 1993.
- Ершова 1998 — *Ершова Т. А.* Русско-немецкие ассоциативные портреты (опыт интерпретации): Дис. ... канд. филол. наук. М., 1998.
- Жельвис 1997 — *Жельвис В. И.* Поле брани. Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. М., 1997.
- Жельвис 2002 — *Жельвис В. И.* Эти странные русские. М.: Эгмонт России Лтд., 2002.

- Жельвис 2003 — *Жельвис В. И.* Инвектива: объем и дефиниция // Языковое сознание: устоявшееся и спорное. XIV Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации: Тез. докл. Москва, 29–31 мая 2003 г. / Ред. Е. Ф. Тарасов. М., 2003. С. 90.
- Жура 2000 — *Жура В. В.* Эмоциональный дейксис в вербальном поведении английской языковой личности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000.
- Залевская 2000 — *Залевская А. А.* Национально-культурная специфика картины мира и различные подходы к ее исследованию // Языковое сознание и образ мира: Сб. ст. / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. М., 2000. С. 39–54.
- Залевская 2003 — *Залевская А. А.* Языковое сознание и описательная модель языка // Методология современной психолингвистики: Сб. ст. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. С. 35–49.
- Зализняк Анна А. 2005 — *Зализняк Анна А.* Заметки о словах: *общение, отношение, просьба, чувства, эмоции* // *Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д.* Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М.: Языки слав. культуры, 2005. С. 280–288.
- Зализняк, Левонтина 2005 — *Зализняк Анна А., Левонтина И. Б.* Отражение «национального характера» в лексике русского языка // *Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д.* Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М.: Языки слав. культуры, 2005. С. 307–335.
- Зацепина 2002 — *Зацепина Е. А.* Концепты *вежливость, грубость* в русском коммуникативном сознании // *Язык и национальное сознание.* Воронеж: Истоки, 2002. Вып. 3. С. 49–55.
- Земская 2004 — *Земская Е. А.* Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М.: Языки слав. культуры, 2004.
- Земская 1997 — *Земская Е. А.* Категория вежливости: общие вопросы — национально-культурная специфика русского языка // *Zeitschrift für slavische Philologie.* Band LVI (1997). Heft 2. С. 271–301.
- Зэгиймаа Чойдон 1998 — *Зэгиймаа Чойдон.* Категория вежливости и ее выражение в русском и монгольском речевом этикете: Автореф. дис. ... док. филол. наук. М., 1998.
- Иванова 2002 — *Иванова Е. В.* Пословичные картины мира (на материале английских и русских пословиц). СПб: Филол. фак-т СПбГУ, 2002.
- Иссерс 2006 — *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 4-е изд., стереотип. М.: КомКнига, 2006.
- Кан Сон Хи 1998 — *Кан Сон Хи.* Вариативные ряды конструкций, выражающих просьбу и требование в русском языке (в сопоставлении с корейским): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1998.
- Карабань 2006 — *Карабань Н. А.* Коммуникативно-прагматические аспекты реализации категории вежливости в официально-деловом стиле русского языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006.
- Карасик 2002а — *Карасик В. И.* Язык социального статуса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002.
- Карасик 2002б — *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
- Карасик, Слышкин 2003 — *Карасик В. И., Слышкин Г. Г.* Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания // Методология современной психолингвистики: Сб. ст. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. С. 50–56.

- Караулов 2002 — *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность. 2-е изд., стереотип. М.: Едиториал УРСС, 2002.
- Касьянова 2003 — *Касьянова К. О.* О русском национальном характере. М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003.
- Кобозева 1995 — *Кобозева И. М.* Немец, англичанин, француз и русский: выявление стереотипов национальных характеров через анализ коннотаций этнонимов // Вестник МГУ. Сер. 9, филология. 1995. № 3. С. 102–116.
- Колтунова 2005 — *Колтунова М. В.* Деловое общение: Нормы. Риторика. Этикет: Учеб. пос. для студентов вузов. М.: Логос, 2005.
- Колшанский 1990 — *Колшанский Г. В.* Объективная картина мира в познании и языке. М.: Наука, 1990.
- Колшанский 2005 — *Колшанский Г. В.* Коммуникативная функция и структура языка / Под ред. Т. В. Булыгиной. 2-е изд., стереотип. М.: КомКнига, 2005. (Лингвистическое наследие XX века)
- Корнилов 2003 — *Корнилов О. А.* Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. 2-е изд., испр. и доп. М.: ЧеРо, 2003.
- Кочетков 2002 — *Кочетков В. В.* Психология межкультурных различий. М.: Per Se, 2002.
- Кравченко 2001 — *Кравченко А. И.* Культурология: Учеб. пос. для вузов. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2001.
- Красавский 2001 — *Красавский Н. А.* Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Волгоград: Перемена, 2001.
- Красных 2001 — *Красных В. В.* Основы психолингвистики и теории коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001.
- Красных 2002 — *Красных В. В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002.
- Красных 2003 — *Красных В. В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.
- Крейдлин 2001 — *Крейдлин Г. Е.* Кинесика // Григорьева С. А., Григорьев Н. В., Крейдлин Г. Е. Словарь языка русских жестов. М.; Вена: Языки рус. культуры, Wiener Slawistischer Almanach, 2001. С. 166–254.
- Крейдлин 2005 — *Крейдлин Г. Е.* Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. М.: Языки слав. культуры, 2005.
- Крылова 2006 — *Крылова О. А.* Лингвистическая стилистика. В 2 кн. Кн. 1. Теория: Учебное пособие. М.: Высш. школа, 2006.
- Крысин 2004 — *Крысин Л. П.* Русское слово, свое и чужое: Исследование по современному русскому языку и социолингвистике. М.: Языки слав. культуры, 2004.
- Крысько 2002 — *Крысько В. Г.* Этнопсихология и межнациональные отношения. Курс лекций. М.: Экзамен, 2002.
- Кубрякова 2003 — *Кубрякова Е. С.* Сознание человека и его связь с языком и языковой картиной мира // Филология и культура: Мат-лы IV международной научной конференции 16–18 апреля 2003 г. / Отв. Ред. Н. Н. Болдырев. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина. С. 32–34.
- Кузьменкова 2005 — *Кузьменкова Ю. Б.* От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев и россиян. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005.
- Лазуткина 1998 — *Лазуткина Е. М.* Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы // Культура русской речи / Под ред. Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева. М.: Изд. группа НОРМА-ИНФРА М, 1998.

- Лакофф 2007 — *Лакофф Р.* Прагматика публичного извинения // *Жанры речи*: Сб. науч. ст. Саратов: Изд. центр «Наука», 2007. Вып. 5. Жанры и культура. С. 183–192.
- Ларина 2003а — *Ларина Т. В.* Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: Монография. М.: Изд-во РУДН, 2003а.
- Ларина 2003б — *Ларина Т. В.* Вежливость в межкультурном общении // *Рус. яз. за рубежом*. 2003. № 1. С. 100–105.
- Ларина 2003в — *Ларина Т. В.* Категория «вежливость» как отражение социально-культурных отношений (на материале английской и русской коммуникативных культур) // *Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2003. № 4. С. 139–149.
- Ларина 2003г — *Ларина Т. В.* 'Privacy', или автономия личности, как важнейший концепт английской культуры // *Вестник РУДН. Сер. «Русский и иностранные языки: методика их преподавания»*. 2003. № 1. С. 60–67.
- Ларина 2003д — *Ларина Т. В.* Вежливость как предмет лингвистического изучения // *Коммуникативное поведение*. Вып. 17. / Науч. ред. И. А. Стернин. Воронеж: Истоки, 2003. С. 10–22.
- Ларина 2004а — *Ларина Т. В.* Концепт «вежливость» в коммуникативном сознании русских и англичан // *Człowiek Świadomość Komunikacja Internet*. Redakcja naukowa L. Szypielewicz. Warszawa, 2004. С. 284–293.
- Ларина 2004б — *Ларина Т. В.* Выражение побуждения как переводческая проблема: Особенности английского и русского коммуникативного поведения // *Мосты. Журнал переводчиков*. 2004. № 2. С. 63–69.
- Ларина 2004в — *Ларина Т. В.* Национальный стиль вербальной коммуникации и категория вежливости // *Образование, наука и экономика в вузах. Интегративная функция педагогической науки в международном образовательном пространстве: Мат-лы Второй междунар. науч. конф., 22–27 августа, 2004 г., Высокие Татры, Братислава (Словакия)*. М.; Братислава: МАНПО, 2004. С. 296–302.
- Ларина 2005а — *Ларина Т. В.* Английский стиль фатической коммуникации // *Жанры речи*. Саратов: Колледж, 2005. Вып. 4. С. 251–262.
- Ларина 2005б — *Ларина Т. В.* Фатические эмотивы и их роль в коммуникации // *Эмоции в языке и речи*: Сб. ст. / Под ред. И. А. Шаронова. М., 2005. С. 150–160.
- Ларина 2005в — *Ларина Т. В.* Национальный стиль вербальной коммуникации: постановка проблемы // *Вестник РУДН. Сер. «Лингвистика»*. 2005. № 7. С. 26–31.
- Ларина 2006а — *Ларина Т. В.* Лингвокультурная коммуникативная интерференция // *Humaniora: Lingua Russica*. Труды по русской и славянской филологии. Лингвистика IX. Взаимодействие языков и языковых единиц / Отв. ред. И. П. Кюльмоя. Тарту, 2006. С. 184–196.
- Ларина 2006б — *Ларина Т. В.* Снижение формальности в общении как одна из современных тенденций в коммуникации // *Изменения в языке и коммуникации: XXI век*: Сб. науч. ст. / Под ред. М. А. Кронгауза. М.: РГГУ, 2006. С. 193–208.
- Ларина 2006в — *Ларина Т. В.* Коммуникативная этностилистика и ее задачи // *Актуальные проблемы коммуникации и культуры*. Вып. 3: Междунар. сб. науч. трудов. Пятигорский гос. лингв. ун-т. М.; Пятигорск, 2006. С. 315–322.

- Ларина 2006г — Ларина Т. В. A smile opens many doors: эмоции в коммуникации и переводе // Мосты. Журнал переводчиков. 2006. № 4 (12). С. 50–55.
- Ларина 2007а — Ларина Т. В. Этностилистика в ее коммуникативном аспекте // Изв. РАН. Сер. лит. и яз. 2007. Т. 66. № 3. С. 3–17.
- Ларина 2007б — Ларина Т. В. Доминантные черты английского вербального коммуникативного поведения // Филологические науки. 2007. № 3. С. 71–81.
- Ларина 2007в — Ларина Т. В. Национальный стиль коммуникации и категория вежливости // Guzman Tirado и др. Русский язык и литература в международном образовательном пространстве: современное состояние и перспективы. СПб.; Гранада, 2007. Т. 2. С. 973–979.
- Ларина 2007г — Ларина Т. В. Обучение национальному стилю коммуникации как способ формирования межкультурной коммуникативной компетенции // Инновационные проекты в языковом образовании: Сб. науч. ст. / Под ред. Ю. Б. Кузьменковой. М.: Центр по изуч. взаимод. культур ФИЯР МГУ, 2007. (Дискуссионный клуб FLT: современные тенденции и опыт профессионалов. Вып. 6). С. 60–69.
- Леве 2006 — Леве Б. Россия: компетентность в культуре преодолевает культурный шок // Чен Х. Эти поразительные иностранцы / Хане Чен; Пер. с нем. Е. П. Кудряшовой. М.: АСТ: Астрель, 2006. С. 117–134.
- Левицкий 2006 — Левицкий Ю. А. Лингвистика текста: Учеб. пос. М.: Высш. школа, 2006.
- Леонтович 2003 — Леонтович О. А. Россия и США: Введение в межкультурную коммуникацию. Волгоград: Перемена, 2003.
- Леонтович 2005 — Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: Монография. М.: Гнозис, 2005.
- Леонтьев 1993 — Леонтьев А. А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М., 1993. С. 16–21.
- Леонтьев 2003 — Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. 3-е изд. М.: Смысл; СПб.: Лань, 2003.
- Лехтонен, Поталуй 2002 — Лехтонен М., Поталуй В. Коммуникативное поведение русских в представлениях финнов и американцев (на материале справочников по коммуникативному поведению) // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 3. Воронеж: Истоки, 2002. С. 92–97.
- Лихачев 1991 — Лихачев Д. С. Раздумья. М., 1991.
- Лотман 2004 — Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб.: Искусство-СПб, 2004.
- Лотман, Успенский 1994 — Лотман Ю. М., Успенский Б. А. Роль дуальных моделей в динамике русской культуры // Успенский Б. А. Избранные труды. Т. 1. М., 1994. С. 219–253.
- Лурье 1998 — Лурье С. В. Историческая этнология: Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 1998.
- Луцева 1999 — Луцева О. А. Речевой этикет (категория вежливости) и его изменение на стыке двух эпох (конец XIX — первая четверть XX века): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таганрог, 1999.
- Льюис 1999 — Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. М.: Дело, 1999.
- Макаров 2003 — Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003.
- Мамонтов 2000 — Мамонтов А. С. Язык и культура: сопоставительный аспект изучения: Монография. М., 2000.

- Мамонтов, Мамонтов 2005 — *Мамонтов А. С., Мамонтов С. П.* Культурология. М.: Гардарики, 2005.
- Маринина 2000. — *Маринина Е. В.* О национальных стереотипах в учебных материалах // Россия и запад: диалог культур: Доклады 7-й конференции. Т. 2. М.: 2000. Вып. 8. С. 96–102.
- Маркарян 1978 — *Маркарян Э. С.* Об исходных методологических предпосылках исследования этнических культур // Методологические проблемы этнических культур: Мат-лы симпозиума. Ереван, 1978. С. 8–9.
- Маркарян 1983 — *Маркарян Э. С.* Теория культуры и современная наука. М.: Мысль, 1983.
- Марковина 1981 — *Марковина И. Ю.* Лакуны как инструмент описания специфики локальных культур // Проблемы организации речевого общения. М., 1981. С. 161–181.
- Марковина 1995 — *Марковина И. Ю.* Русские глазами голландцев (фрагмент исследовательского проекта «Этнопсихолингвистическое моделирование культуры») // Языки и культуры: Мат-лы конф. «Россия. Бельгия. Нидерланды». М., 1995. С. 334–343.
- Маслова 1999 — *Маслова В. А.* Введение в лингвокультурологию. М., 1999.
- Маслова 2004 — *Маслова В. А.* Когнитивная лингвистика: учебное пособие. Мн., 2004.
- Мельников 2000 — *Мельников Г. П.* Системная типология языков: Синтез морфологической классификации языков со стадияльной: Курс лекций. М.: РУДН, 2000.
- Морозова 2006 — *Морозова Е. Б.* Невербальный этикет в его соотношении с вербальным: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.
- Муратов 2000 — *Муратов А. Ю.* Political correctness and national mentality // Россия и Запад: диалог культур. Т. 1: Доклады 7-й конференции. М., 2000. Вып. 8. С. 237–242.
- Мягкова 2000 — *Мягкова Е. Ю.* Эмоционально-чувственный компонент значения слова. Курск: Изд-во Кур. гос. пед. ун-та, 2000.
- Незговорова 2004 — *Незговорова С. Г.* Ядро языкового сознания русских и англичан: Содержание и структура : Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2004.
- Ничипорович 2002 — *Ничипорович Е. А.* Константы культуры в повседневном интернациональном общении // Межкультурная коммуникация и перевод: Мат-лы межвуз. конф. М.: МОСУ, 2002. С. 101–104.
- Озюменко 2005–2006 — *Озюменко В. И.* Грамматическое выражение эмоций в английском языке // Вестник РУДН. Сер. «Русский и иностранные языки: методика их преподавания». 2005–2006. № 1 (3–4). С. 174–180.
- Озюменко 2007 — *Озюменко В. И.* Модальность и эмоции в английском языке // Вестник РУДН. Сер. «Русский и иностранные языки: методика их преподавания». 2007. № 3. С. 92–98.
- Оликова 1973 — *Оликова М. А.* Обращение в современном английском языке (опыт структурно-семантического и социолингвистического анализа): Дис. ... канд. филол. наук. Киев, 1973.
- Орлов 1991 — *Орлов Г. А.* Современная английская речь. М.: Высш. школа, 1991.
- Павловская 1994 — *Павловская А. В.* Стереотипы и восприятие России и русских на Западе // Россия и Запад. М., 1994. С. 19–30.
- Павловская 1998 — *Павловская А. В.* Россия и Америка. Проблемы общения культур. М., 1998.



- Павловская 2004 — *Павловская А. В.* Англия и англичане. М.: Изд-во Моск. ун-та; Триада, Лтд, 2004.
- Писанова 1997 — *Писанова Т. В.* Национально-культурные аспекты оценочной семантики: Эстетические и этические оценки. М.: ИКАР, 1997.
- Пищальникова 2002 — *Пищальникова В. А.* Диалог культур как программа исследования когнитивных процессов в межкультурной коммуникации // Межкультурная коммуникация и перевод: Мат-лы межвуз. конф. М.: МОСУ, 2002. С. 13–21.
- Покровская 1998 — *Покровская Я. А.* Отражение в языке агрессивных состояний человека: На материале англо- и русскоязычных художественных текстов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград: Волгоградский пед. ун-т, 1998.
- Почепцов 2001 — *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001.
- Попова, Стернин 2001 — *Попова З. Д., Стернин И. А.* Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: Истоки, 2001.
- Проников, Ладанов 1985 — *Проников В. А., Ладанов И. Д.* Японцы: этнопсихолингвистические очерки. М.: Наука, 1985.
- Протасова, Мустайоки — *Протасова Е., Мустайоки А.* «Мы» и «Они»: русские и финны о русских и финнах // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 3. Воронеж: Истоки, 2002. С. 14–49.
- Прохвачева 2000 — *Прохвачева О. Г.* Лингвокультурный концепт «приватность» (на материале американского варианта английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000.
- Прохоров 1996 — *Прохоров Ю. Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1996.
- Прохоров, Стернин 2002 — *Прохоров Ю. Е., Стернин И. А.* Русское коммуникативное поведение. М., 2002.
- Ратмайр 1997 — *Ратмайр Р.* Функциональные и культурно-сопоставительные аспекты прагматических клише (на материале русского и немецкого языков) // Вопр. языкознания. 1997. № 1.
- Ратмайр 2003 — *Ратмайр Р.* Прагматика извинения: Сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры / Пер. с нем. Е. Араловой. М.: Языки слав. культуры, 2003.
- Рис 2005 — *Рис Н.* «Русские разговоры»: Культура и речевая повседневность эпохи перестройки / Пер. с англ. Н. Н. Кулаковой и В. Б. Гулиды; Предисл. И. Утехина. М.: Новое лит. обозрение, 2005.
- Романова 2001 — *Романова И. А.* Концепт «вежливость» и его объективация в русском языке // Культура общения и ее формирование. Вып. 8. 2001. С. 95–97.
- Рябцева 2001 — *Рябцева Н. К.* Mental Vocabulary in a Cognitive Perspective // Вопр. филологии. 2001. № 2 (8). С. 16–25.
- Рябцева 2005 — *Рябцева Н. К.* Язык и естественный интеллект / РАН. Ин-т языкознания. М.: Academia, 2005.
- Савельева 1997 — *Савельева Л. В.* Языковая экология: Русское слово в культурно-историческом освещении. Петрозаводск, 1997.
- Савельева 1991 — *Савельева С. П.* Номинации речевых интенций в русском языке и их семантико-прагматическое истолкование: Дис. ... канд. филол. наук. М., 1991.

- Сепир 1993 — *Сепир Э.* Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993.
- Сергеева 2004 — *Сергеева А. В.* Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. 2-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2004.
- Серебрякова 2002 — *Серебрякова Р. В.* Национальная специфика речевых актов комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж. 2002.
- Серл Дж. Р. — *Серл Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. М.: Прогресс. С. 119–194.
- Скорбатюк 1977 — *Скорбатюк И. Д.* Некоторые аспекты выражения форм вежливости в корейском языке // Национально-культурная специфика речевого поведения. М.: Наука, 1977. С. 306–319.
- Соколова 1991 — *Соколова Н. Л.* Английский речевой этикет. М.: Изд-во Ун-та дружбы народов, 1991.
- Сонин 2002 — *Сонин А. Г.* Когнитивная лингвистика: становление парадигмы.: Монография. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2002.
- Сорокин 1981 — *Сорокин Ю. А.* Лакуны как сигналы специфики лингвокультурной общности // Аспекты изучения текста. М., 1981. С. 93–101.
- Сорокин 1994 — *Сорокин Ю. А.* Этническая конфликтология (Теоретический и экспериментальный фрагменты). Самара, 1994.
- Сорокин 1995 — *Сорокин Ю. А.* Речевые маркеры этнических и институциональных портретов и автопортретов (Какими мы видим себя и других) // Вопр. языкознания. 1995. № 6. С. 43–53.
- Сорокин 1997 — *Сорокин Ю. А.* Этнические формы культуры: сознание и модусы его вербальной репрезентации (компарационные цепочки) // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. М., 1997. С. 21–36.
- Сорокин, Тарасов, Уфимцева 1991 — *Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Уфимцева Н. В.* Язык, сознание, культура // Методы и организация обучения иностранному языку в языковом вузе: Сб. науч. трудов. М., 1991. Вып. 370. С. 20–29.
- Степанов 1975 — *Степанов Ю. С.* Основы общего языкознания. 2-е изд., перераб. М.: Просвещение, 1975.
- Степанов 1981 — *Степанов Ю. С.* В поисках прагматики: (проблемы субъекта) // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. 1981. Т. 40. № 4. С. 325–332.
- Степанов 2004 — *Степанов Ю. С.* Константы: Словарь русской культуры. 3-е изд., испр. и доп. М.: Академ. проект, 2004.
- Стернин 1992 — *Стернин И. А.* Улыбка в русском общении // Рус. яз. за рубежом. 1992. № 2. С. 54–57.
- Стернин 2002 — *Стернин И. А.* Русское коммуникативное сознание // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 3. Воронеж: Истоки, 2002. С. 5–13.
- Стернин, Стернина 2001 — Американское коммуникативное поведение / Ред. И. А. Стернин, М. А. Стернина. Воронеж: ВГУ-МИОН, 2001.
- Стернин, Ларина, Стернина 2003 — *Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А.* Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж: Истоки, 2003.
- Стернин, Шилихина 2001 — *Стернин И. А., Шилихина К. М.* Коммуникативные аспекты толерантности. Воронеж: Истоки, 2001.

- Стефаненко 2004 — *Стефаненко Т. Г.* Этнопсихология: Учебник для вузов. 3-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2004.
- Ступин, Игнатъев 1980 — *Ступин Л. П., Игнатъев К. С.* Современный английский речевой этикет. Л.: ЛГУ, 1980.
- Тань Аошуан 2004 — *Тань Аошуан.* Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность. М.: Языки слав. культуры, 2004.
- Тарасов Е. Ф. — *Тарасов Е. Ф.* Введение // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М., 1996. С. 6–15.
- Тарасов 2000 — *Тарасов Е. Ф.* Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира: Сб. ст. / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. М., 2000. С. 24–32.
- Телия В. Н. 1996 — *Телия В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки рус. культуры, 1996.
- Тер-Минасова 2000 — *Тер-Минасова С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
- Тер-Минасова 2007 — *Тер-Минасова С. Г.* Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики межкультурной коммуникации: Учебное пособие. М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2007.
- Титц 1977 — *Титц Г.* Этикетные формулы обращения и привлечения внимания в современном русском языке: Автореф. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1977.
- Токарева 2007 — *Токарева М. А.* Феномен улыбки в русской, английской и американской культуре: Дис. ... канд. культурологии. М., 2007.
- Турунен 2002 — *Турунен Н.* Стереотипы о русских в финском сознании // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 3. Воронеж: Истоки, 2002. С. 50–59.
- Узленко 2002 — *Узленко О. Е.* Этнокультурная специфика языкового сознания носителей английского и русского языков: на примере фольклора: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2002.
- Улимбашева 2003 — *Улимбашева Э. Ю.* Категория вежливости в разных лингвокультурных традициях: на материале русского, английского и кабардинского языков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2003.
- Уфимцева 2000 — *Уфимцева Н. В.* Языковое сознание и образ мира славян // Языковое сознание и образ мира: Сб. ст. / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: Ин-т языкознания РАН, 2000. С. 207–219.
- Уфимцева 2002 — *Уфимцева Н. В.* Ядро языкового сознания русских // Межкультурная коммуникация и перевод. Материалы межвузовской конференции. М.: МОСУ, 2002. С. 9–12.
- Уфимцева 2003 — *Уфимцева Н. В.* Языковое сознание: этнопсихолингвистическая парадигма исследования // Методология современной психолингвистики: Сб. ст. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та., 2003. С. 162–174.
- Фенина 2005 — *Фенина В. В.* Речевые жанры и светская беседа в англо-американской и русской культурах: Автореф. ... канд. филол. наук. Саратов, 2005.
- Фесенко 2003 — *Фесенко Т. А.* Языковое сознание: взаимодействие ментальной и культурной реальности // Методология современной психолингвистики: Сб. ст. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. С. 175–184.
- Филиппова 2002 — *Филиппова М. М.* Парадоксы и стереотипы межкультурного общения представителей русской и британской культур. / Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. 2002. № 3. М.: МГУ. С. 64–82.

- Фирсова 1991 — *Фирсова Н. М.* Испанский речевой этикет. М.: Высш. школа, 1991.
- Фирсова 1999 — *Фирсова Н. М.* Испанская разговорная речь. М.: Изд-во РУДН, 1999.
- Фирсова 2000 — *Фирсова Н. М.* Категория вежливости в испанском языке // *Фирсова Н. М.* Языковая вариативность и национально-культурная специфика речевого общения в испанском языке. М.: Изд-во РУДН, 2000. С. 73–82.
- Флиер 2000 — *Флиер А. Я.* Культурология для культурологов. М.: Академ. проект, 2000.
- Формановская 1984 — *Формановская Н. И.* Способы выражения просьбы в русском языке. (Прагматический подход) // Рус. яз. за рубежом. 1984. № 6.
- Формановская 1987 — *Формановская Н. И.* Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. М.: Рус. яз., 1987.
- Формановская 1989 — *Формановская Н. И.* Речевой этикет и культура общения. М.: Высш. шк., 1989.
- Формановская 2002а — *Формановская Н. И.* Русский речевой этикет: нормативный социокультурный контекст. М.: Рус. яз., 2002.
- Формановская 2002б — *Формановская Н. И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М.: Рус. яз., 2002.
- Формановская 1994 — *Формановская Н. И.* Прагматика побуждения и логика языка // Рус. яз. за рубежом. 1994. № 5/6. С. 34–40.
- Формановская 1998 — *Формановская Н. И.* Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М.: ИКАР, 1998.
- Хаймс 1975 — *Хаймс Д. Х.* Этнография речи // Новое в лингвистике. Вып. 7. М., 1975.
- Харчарек 1998 — *Харчарек А.* Прагмалингвистическая категория вежливости как инструмент диалогового взаимодействия коммуникантов на русском языке (в сравнении с польским): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1998.
- Хохлова 1973 — *Хохлова Л. В.* Социолингвистический анализ форм вежливости в языке раджастанских // Народы Азии и Африки. 1973. № 2. С. 96–108.
- Храковский 1989 — *Храковский В. С.* Императив в разноструктурных языках: Тез. Л., 1989.
- Храковский, Володин 1986 — *Храковский В. С., Володин А. П.* Семантика и типология императива. Русский императив. Л., 1986.
- Хромов 2008 — *Хромов С. С.* Культурологический аспект русской интонации // Язык, культура, менталитет: проблемы изучения в иностранной аудитории. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. С. 3–11.
- Цуверкалов 2002 — *Цуверкалов А. Е.* Французы о русских (от прошлого до наших дней) // Русское и французское коммуникативное поведение. Вып. 1. Воронеж: Истоки, 2002. С. 86–96.
- Чен 2006 — *Чен Х.* Китай и Тайвань: как старая женщина переходит улицу // *Чен Х.* Эти поразительные иностранцы / Хане Чен; Пер. с нем. Е. П. Кудряшовой. М.: АСТ: Астрель, 2006. С. 165–182.
- Чеснокова 1985 — *Чеснокова О. С.* Русские и испанские формы обращения — наименования родства: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1985.
- Шагаль 2001 — *Шагаль В. Э.* Арабский мир: пути познания. Межкультурная коммуникация и арабский язык. М.: Ин-т востоковедения РАН, 2001.

- Шаманова 2002 — *Шаманова М. В.* К изучению категории *общение* в русском сознании // *Язык и национальное сознание*. Вып. 3. Воронеж: Истоки, 2002. С. 56–62.
- Шамьенова 2000 — *Шамьенова Г. Р.* Принцип вежливости как особая коммуникативно-прагматическая категория в русском речевом общении: Автореф. ... канд. филол. наук. Саратов, 2000.
- Шаховский 1987 — *Шаховский В. И.* Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987.
- Шаховский 1996 — *Шаховский В. И.* Эмоциональные культурные концепты: параллели и контрасты // Ред. В. Карасик. *Языковая личность: культурные концепты*. Волгоград: Перемена, 1996.
- Шаховский, Сорокин, Томашева 1998 — *Шаховский В. И., Сорокин Ю. А., Томашева И. В.* Текст и его когнитивно-эмотивные метаморфозы (межкультурное понимание и лингвозкология). Волгоград: Перемена, 1998.
- Шаховский 2008 — *Шаховский В. И.* Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008.
- Шмелев 2002 — *Шмелев А. Д.* Русская языковая модель мира: Материалы к словарю. М.: Языки слав. культуры, 2002.
- Шубарт 1997 — *Шубарт В.* Европа и душа Востока. М.: Альм. «Рус. идея», 1997.
- Шульженко 1992 — *Шульженко Г. А.* Просьба и сопровождающие ее элементы речевого этикета (к проблеме интенционального смысла единиц речевого этикета в прагматике диалога): Автореф. ... канд. филол. наук. Саратов, 1992.
- Юдина 2003 — *Юдина Н. В.* Ты да я, да мы с тобой (к вопросу об отражении в языке русской идеи соборности) // *Филология и культура: Мат-лы IV Междунар. науч. конф.* 16–18 апреля 2003 г. / Отв. ред. Н. Н. Болдырев. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина. С. 195–197.
- Юнг Кьонг-Ю. — *Юнг Кьонг-Ю.* Не просто слова: Социальные модели и использование форм вежливости в корейском языке // *Жанры речи: Сб. науч. ст.* Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. Вып. 4. Жанр и концепт. С. 199–217.
- Юнг 1992 — *Юнг К. Г.* Об отношении аналитической психологии к поэтико-художественному творчеству // *Феномен духа в искусстве и науке*. М., 1992.
- Яицкая 1999 — *Яицкая Т. В.* Русский речевой этикет (категория вежливости) и способы его выражения в драматургии А. Н. Островского: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таганрог, 1999.
- Яковлева 1994 — *Яковлева Е. С.* Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия). М.: Гнозис, 1994.
- Яновая 2002 — *Яновая О. А.* Номинативно-коммуникативный аспект обозначения улыбки как компонента невербального поведения (на материале современного английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киев, 2002.
- Adler et al. 1997 — *Adler, Ronald B., G. Rodman.* Understanding Human Communication. Harcourt Brace College, 1997.
- Adler 1980 — *Adler M. J.* A Pragmatic Logic for Commands. Amsterdam: Benjamins, 1980.
- Agar 1994 — *Agar M.* Language shock: Understanding the Culture of Conversation. N. Y.: William Morrow and company, 1994.

- Aijmer 1996 — *Aijmer K.* Conversational Routines in English: Convention and Creativity. L.: Longman, 1996.
- Altman 1977 — *Altman I.* Privacy: culturally universal or culturally specific // *Journal of Social Issues*. 33. 1977. P. 66–84.
- Ambady et al. 1996 — *Ambady N., Koo J., Lee F., Rosenthal R.* More than words: linguistic and nonlinguistic politeness in two cultures // *Journal of Personality and Social Psychology*. 70. 1996. P. 996–1011.
- Asante, Molefi, Gudykunst, William 1994 — *Asante, Molefi K. and Gudykunst, William B.* Handbook of International and Intercultural Communication. Sage Publications, 1994.
- Aston 1995 — *Aston G.* Say 'Thank you': Some Pragmatic Constraints in Conversational Closings // *Applied Linguistics*. Vol. 16. 1995. № 1. P. 57–86.
- Ayala 2001 — *Ayala*. SP de. FTAs and Erskine May: Conflicting needs? Politeness in Question Time // *Journal of Pragmatics*. 2001. № 33. P. 143–169.
- Bach, Harnish 1979 — *Bach K., R. M. Harnish.* Linguistic Communication and Speech Acts. Cambridge: The MIT Press, 1979.
- Bahns, Burmeister, Vogel 1986 — *Bahns J., H. Burmeister, T. Vogel.* The pragmatics of formulas in L2 learner speech: use and development // *Journal of Pragmatics* 10 (6). 1986. P. 693–723.
- Bayraktaroglu, Sifianou 2001 — Linguistic Politeness Across Boundaries: The Case of Greek and Turkish / A. Bayraktaroglu, M. Sifianou (eds.). Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins. Pragmatics and Beyond Series, 2001.
- Belyaeva-Standen 1996a — *Belyaeva-Standen Y.* Advice and Soviet: a cross-cultural perspective on speech acts // *Proceedings of Berkeley Linguistic Society* 22. 1996. P. 13–24.
- Belyaeva-Standen 1996b — *Belyaeva-Standen Y.* In Russian do as you are told: cross-cultural pragmatics of Russian public directives // *ACTR Newsletter*. Winter 1996. P. 7–11.
- Benson et al. 1988 — *Linguistics in a Systematic Perspective / J. Benson, M. Cummings, W. Greaves (eds.).* North Holland: John Benjamins, 1988.
- Berger, Bradac 1982 — *Berger C. R., Bradac J. S.* Language and social knowledge: Uncertainty in interpersonal relationships. L.: Edward Arnold, 1982.
- Besemeres, Wierzbicka 2007 — *Besemeres M., Wierzbicka A. (eds.).* Translating lives: Living with two languages and cultures. St. Lucia: University of Queensland Press, 2007.
- Blum-Kulka 1987 — *Blum-Kulka S.* Indirectness and politeness in requests: Same or different? // *Journal of pragmatics*. 1987. 11 (2). P. 131–146.
- Blum-Kulka 1992 — *Blum-Kulka S.* The metapragmatics of politeness in Israeli society / Richard J. Watts, S. Ide, K Ehlich (eds.). Politeness in Language. Studies in History, Theory and Practice. Berlin: Mouton de Gruyter, 1992. P. 255–280.
- Blum-Kulka, Olshtain 1984 — *Blum-Kulka S., E. Olshtain.* Requests and Apologies: A Cross-Cultural Study of Speech Act Realization Patterns (CCSARP) // *Applied Linguistics* 5. 1984. P. 196–213.
- Blum-Kulka, Danet, Gherson 1985 — *Blum-Kulka S., Danet B., Gherson R.* The language of requesting in Israeli society // *Forgas J. P. (ed.).* Language and social situations. N. Y.: Springer — Verlag, 1985. P. 113–39.
- Blum-Kulka, House, Kasper 1989 — *Blum-Kulka S., House J. and Kasper G.* Investigating Cross-Cultural Pragmatics: An Introductory Overview // S. Blum-Kulka, J. House,

- G. Kasper (eds). Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies. Norwood, NJ: Ablex, 1989. P. 1–34.
- Blum-Kulka, House 1989 — *Blum-Kulka S., House J.* Cross-cultural and situational variation in requesting behaviour / S. Blum-Kulka, J. House, K. Gabriel (eds.) Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies. Norwood, NJ: Ablex, 1989. P. 123–54.
- Bolinger 1967 — *Bolinger D.* The Imperative in English // To Honor Roman Jakobson: Essays on Occasion of his 70<sup>th</sup> Birthday. *Janua Linguarum Ser. Major* 31. The Hague, 1967. P. 335–362.
- Braun 1988 — *Braun F.* Terms of Address: Problems of Patterns and Usage in Various Languages and Cultures. Berlin: Mouton de Gruyter, 1988.
- Brislin 2000 — *Brislin R.* Understanding Culture's influence on Behavior. 2<sup>nd</sup> ed. L.: Harcourt College Publishers, 2000.
- Brosnahan 1998 — *Brosnahan L.* Russian and English nonverbal communication. M, 1998.
- Brown, Levinson 1978 — *Brown P., Levinson S.* Universals in language usage: politeness phenomena // E. Goody (ed.). Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction. N. Y.: Cambridge University Press, 1978. P. 56–289.
- Brown, Levinson 1987 — *Brown P., Levinson S. D.* Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Brown, Gilman 1989 — *Brown R., Gilman A.* Politeness theory and Shakespeare's four major tragedies // *Language in Society*, 18. 1989. P. 159–212.
- Butler 1988 — *Butler C. S.* Politeness and semantics of modalised directives // J. Benson et al. (eds.). *Linguistics in a Systematic Perspective*. North Holland: John Benjamins, 1988.
- Byram 1997 — *Byram M.* Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence. Clevedon: Multilingual matters LTD, 1997.
- Byram, Morgan 1994 — *Byram M., Morgan C.* Teaching and Learning Language and Culture. Clevedon: Multilingual matters, 1994.
- Byram, Fleming 1998 — *Language Learning in Intercultural Perspective: Approaches through Drama and Ethnography* / M. Byram, M. Fleming (eds.). Cambridge University Press, 1998.
- Cameron, Deborah 2000 — *Cameron D.* Good to talk? Living and working in a communicative culture. Sage Publications. L.: Thousands Oaks, 2000.
- Carter, McCarthy 1997 — *Carter R., McCarthy M.* Exploring Spoken English. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- Cheepen, Monaghan 1990 — *Cheepen C., Monaghan J.* Spoken English: a practical guide. L.; N. Y.: Pinter Publishers, 1990.
- Chen 1993 — *Chen R.* Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers. *Journal of Pragmatics*. 1993. 20. P. 49–75.
- Clark, Schunk 1980 — *Clark H. H., Schunk D.* Polite responses to polite requests // *Cognition*. 8. 1980. P. 111–143.
- Clyne 1994 — *Clyne M.* Inter-cultural communication at work: cultural values in discourse. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- Coulmas 1981 — *Coulmas F.* «Poison to Your Soul»: Thanks and Apologies Contrastively Viewed / F. Coulmas (ed.). *Conversational routine: Explorations in Standardized*

- Communication Situations and Prepatterned Speech. The Hague; Paris; N. Y.: Mouton Publishers, 1981. P. 69–91.
- Coulmas 1981 — *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech* / F. Coulmas (ed.). The Hague; Paris; N. Y.: Mouton Publishers, 1981.
- Coulmas 1997 — *The Handbook of Sociolinguistics* / F. Coulmas (ed.). Oxford: Blackwell Publishers, 1997.
- Coulmas 1991 — *Coulmas F. New Perspectives on Linguistic Etiquette*. Mouton de Gruyter, 1991.
- Coupland, Coupland, Robinson 1992 — *Coupland J., Coupland N., Robinson J. «How are you?»: Negotiating Phatic Communion* // *Language in Society* 21. 1992. P. 201–230.
- Daikuhara 1986 — *Daikuhara M. A study of Compliments from a cross-cultural perspective: Japanese and English* // *Working papers in Educational Linguistics*. 1986. 2. P. 103–135.
- Davies 1987 — *Davies E. A contrastive approach to the analysis of politeness formulas* // *Applied linguistics* 8 (1). 1987. P. 75–78.
- Drazdauskiene 1981 — *Drazdauskiene M.-L. On Stereotypes in Conversation. Their Meaning and Significance* // F. Coulmas (ed.). *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague; Paris; N. Y.: Mouton Publishers, 1981. P. 55–68.
- Dundes 1980 — *Dundes A. Interpreting folklore*. Bloomington, 1980.
- Duranti 1997 — *Duranti A. Linguistic Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- Downes 1998 — *Downes W. Language and Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- Economidou-Kogetsidis 2005 — *Economidou-Kogetsidis M. «Yes, tell me, please what time is the midday flight from Athens arriving?»: Telephone service encounters and politeness*. *Intercultural pragmatics* 3, V. 2, 2005. P. 253–273.
- Edmondson 1981 — *Edmondson W. J. On saying you're sorry* // F. Coulmas (ed.). *Conversational routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague; Paris; N. Y.: Mouton Publishers, 1981. P. 273–288.
- Eelen 2001 — *Eelen G. A Critique of Politeness Theories*. Manchester: St. Jerome's Press, 2001.
- Eggs, Slade 1997 — *Eggs S., Slade D. Analyzing casual conversation*. L.; Washington: Cassel, 1997.
- Eisenstein, Bodman 1986 — *Eisenstein M., J. Bodman. I very appreciate: Expressions of gratitude by native and non-native speakers of American English* // *Applied Linguistics*. 1986. 7(2). P. 167–185.
- Eisenstein, Bodman 1993 — *Eisenstein M., J. Bodman. Expressing Gratitude in American English* / G. Kasper, S. Blum-Kulka (eds.). *Interlanguage Pragmatics*. N. Y.; Oxford: Oxford University Press, 1993. P. 64–81.
- Ekman, Rosenberg 1997 — *What the face reveals* / P. Ekman, E. Rosenberg (eds.). N. Y.: Oxford University Press, 1997.
- Ervin-Tripp 1976 — *Ervin-Tripp S. Is Sybil there? The structure of some American English directives* // *Language in Society* 5. 1976. P. 25–66.



- Ervin-Tripp 1981 — *Ervin-Tripp S.* How to make and understand request // H. Parret, M. Sbisà (eds.). *Possibilities and Limitations of Pragmatics*. Amsterdam, 1981. P. 195–209.
- Færch, Gabriele 1983 — *Strategies in interlanguage communication* / C. Færch, K. Gabriele (eds.). L.: Longman, 1983.
- Færch, Gabriele 1989 — *Færch C., Gabriele K.* Internal and external modification in interlanguage request realization // Blum-Kulka S., Juliane H., Kasper G. (eds.). *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*. Norwood, NJ: Ablex, 1989. P. 221–247.
- Fasold 1990 — *Fasold R.* *The Sociolinguistics of Language*. Oxford: Blackwell, 1990.
- Ferguson 1981 — *Ferguson Charles A.* The Structure and Use of Politeness Formulas // F. Coulmas (ed.). *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague; Paris; N. Y.: Mouton Publishers, 1981. P. 21–35.
- Fishman 1997 — *Fishman J.* Language and Ethnicity: The view from within // F. Coulmas (ed.). *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell Publishers, 1997. P. 327–343.
- Foley 1997 — *Foley William A.* *Anthropological Linguistics: an introduction (Language in Society; 24)*. Oxford: Blackwell, 1997.
- Forgas 1985 — *Language and social situations*. / J. P. Forgas. (ed.). N. Y.: Springer — Verlag, 1985.
- Foster 1992 — *Foster D. A.* *Bargaining across borders*. N. Y.: McGraw-Hill, 1992.
- Fraser 1975 — *Fraser B.* The concept of politeness. Paper presented at the 1985 NWAWE Meeting. Georgetown University, 1975.
- Fraser 1981 — *Fraser B.* On apologizing // F. Coulmas (ed.). *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. Paris; New York: Mouton Publishers, 1981. P. 259–273.
- Fraser 1990 — *Fraser B.* Perspectives on politeness // *Journal of Pragmatics* 14. 1990. P. 219–236.
- Fraser, Nolen 1981 — *Fraser B., Nolen W.* The association of deference with linguistic form // *International Journal of the Sociology of Language*, 27. The Hague, 1981. P. 93–109.
- Fukushima 2000 — *Fukushima S.* *Requests and Culture. Politeness in British English and Japanese*. Bern: Peter Lang, 2000.
- Gallois, Callan. 1997 — *Gallois C., Callan V.* *Communication and Culture: a guide for practice*. Toronto, 1997.
- Gannon and Associates. 1994 — *Gannon M. J. and Associates.* *Understanding Global Cultures, Metaphorical Journeys through 17 Countries*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.
- Garcia 1989 — *Garcia C.* Apologizing in English. Politeness strategies used by native and non-native speakers // *Multilingua* 8 (1). 1989. P. 3–20.
- Geertz 1982 — *Geertz C.* *Linguistic Etiquette* // J. B. Pride, J. Holmes (eds.). *Sociolinguistics. Selected Readings*. Harmondsworth: Penguin, 1982. P. 167–179.
- Geis 1995 — *Geis M.* *Speech Acts and Conversational Interaction*. N. Y.; Melbourne: Cambridge University Press, 1995.
- Gladkova 2007 — *Gladkova A.* The journey of self-discovery in another language // *Translating Lives: Living with two languages and cultures*. M. Besemeres, A. Wierzbicka (eds.). St Lucia: University of Queensland Press, 2007. P. 139–149.

- Goddard 2006 — *Ethnopragsmatics: Understanding Discourse in Cultural Context.* / C. Goddard (ed.). Berlin: Mouton de Gruyter, 2006.
- Goddard, Wierzbicka 1997 — *Goddard C., Wierzbicka A. Discourse and Culture* // Teun A. van Dijk (ed.). *Discourse as Social Interaction.* 1997. P. 231–257.
- Goffman 1967 — *Goffman E. Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior.* N. Y.: Doubleday, 1967.
- Goffman 1972 — *Goffman E. On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction* // Laver, Hutcheson (eds.). *Communication in face-to-face interaction.* Harmondsworth: Penguin, 1972. P. 319–346.
- Golato 2002 — *Golato A. German Compliment Responses* // *Journal of Pragmatics.* 2002. 34 (5). P. 547–571.
- Goldsmith, MacGeorge 2000 — *Goldsmith D., MacGeorge E. The impact of politeness and relationship on perceived quality of advice about a problem* // *Human Communication Research.* V. 26, iss. 2. 2000. P. 234–263.
- Goody 1978 — *Questions and politeness: strategies in social interaction* / E. N. Goody (ed.). Cambridge: Cambridge University Press, 1978.
- Goody 1972 — *Goody E. N. 'Greeting', 'Begging' and the Presentation of Respect* // J. S. La Fontaine (ed.). *The Interpretation of Ritual: Essays in Honour of A. I. Richards.* L., 1972. P. 39–72.
- Gorer 1955 — *Gorer J. Exploring English Character.* N. Y.: Criterion Books, 1955.
- Green 1975 — *Green G. M. How to get people to do things with words* // P. Cole, J. Morgan (eds.). *Syntax and Semantics.* V. 3: *Speech acts.* N. Y.: Academy Press, 1975. Pp. 107–142.
- Greif, Gleason 1980 — *Greif E. B., Gleason J. B. Hi, thanks, and goodbye: More routine information* // *Language in Society* 9. 1980. P. 159–166.
- Grice 1975 — *Grice P. Logic and Conversation* // P. Cole, J. Morgan (eds.) *Syntax and Semantics,* V. 3: *Speech Acts.* N. Y.: Academic Press, 1975. P. 41–58.
- Grundy 2000 — *Grundy P. Doing Pragmatics.* 2<sup>nd</sup> ed. L.: Arnold, 2000.
- Gudykunst 1991 — *Gudykunst W. B. Bridging Differences. Effective Intergroup Communication.* Sage Publications, 1991.
- Gudykunst, Nishida 1994 — *Gudykunst W. B., Nishida T. Bridging Japanese / North American Differences (Communicating Effectively in Multicultural Contexts).* Sage Publications, 1994.
- Gudykunst, Ting-Toomey 1990 — *Gudykunst W., Ting-Toomey S. Culture and Interpersonal Communication.* Sage Series. *Interpersonal communication.* 8. Sage Publications, 1990.
- Gu Yueguo 1990 — *Gu Yueguo. Politeness Phenomena in Modern Chinese* // *Journal of Pragmatics* 14 (2). 1990. P. 237–257.
- Guirdham 1999 — *Guirdham M. Communicating across Cultures.* Palgrave, 1999.
- Gumperz, Hymes 1972 — *Directions in Sociolinguistics: the Ethnography of Communication* / J. J. Gumperz, D. Hymes (eds.). N. Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1972.
- Gumperz, Hymes 1986 — *Directions in sociolinguistics: The Ethnography of Communication* / J. J. Gumperz, D. Hymes (eds.). Basil Blackwell, 1986.
- Hall 1959 — *Hall E. T. The silent language.* Greenwich, CT, 1959.
- Hall 1976 — *Hall E. T. Beyond Culture.* N. Y.: Doubleday, 1976.
- Hall, Hall 1990 — *Hall E. T., Hall M. R. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans.* Yarmouth, Maine: Intercultural Press, 1990.
- Hamblin 1987 — *Hamblin C. L. Imperatives.* Oxford, UK: Basil Blackwell, 1987.

- Hammer 1994 — *Hammer M. R.* Intercultural Communication Competence // Asante, K. Molefi, W. B. Gudykunst. Handbook of International and Intercultural Communication. Sage Publications, 1994. P. 247–260.
- Haslett 1989 — *Haslett B.* Communication and language acquisition within a cultural context // S. Ting-Toomey, F. Korzeny (eds.) Language, Communication and Culture: Current Directions. Newbury Park, CA: Sage, 1989.
- Herbert 1989 — *Herbert R. K.* The Ethnography of English Compliments and Compliment Responses: A Contrastive Sketch // W. Oleksy (Ed.). Contrastive Pragmatics. Amsterdam: Benjamins, 1989. P. 3–35.
- Hermeren 1978 — *Hermeren L.* On Modality in English. A Study of the Semantics of the Modals. Lund Studies in English 53. 1978.
- Hickerson 2000 — *Hickerson N. P.* Linguistic Anthropology. Harcourt College Publishers, 2000.
- Hickey, Stewart 2005 — Politeness in Europe / L. Hickey, M. Stewart (eds.). Multilingual Matters Series 127. Multilingual Matters LTD, 2005.
- Hobson 2001 — *Hobson C.* Black Earth City: A year in the heart of Russia. L.: Granta Books, 2001.
- Hofstede 1984 — *Hofstede G. H.* Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills CA: Sage Publications, 1984.
- Hofstede 1991 — *Hofstede G. H.* Cultures and Organizations: Software of the mind. L.: McGraw-Hill Book Company (UK) Limited, 1991.
- Holmes 1988 — *Holmes J.* Paying Compliments: A sex-preferential Positive Politeness Strategy // Journal of Pragmatics 12. 1988. P. 185–205.
- Holmes 1990 — *Holmes J.* Apologies in New Zealand English // Language in Society 19. 1990. P. 155–199.
- Holmes 1995 — *Holmes J.* Women, Men, and Politeness. L.: Longman, 1995.
- Holmes 2001 — *Holmes J.* An Introduction to Sociolinguistics. 2-nd edition. 2001.
- Holmes, Stubbe 2003 — *Holmes J., Stubbe M.* Power and Politeness in the Workplace: A Sociolinguistic Analysis of Talk at Work. L.: Longman, 2003.
- Holmes, Schnurr. 2005 — *Holmes J., Schnurr S.* Politeness, humor and gender in the workplace: negotiating norms and identifying contestation // Journal of Politeness Research. 2005. № 1. P. 121–149.
- Honkanen, Mikluha 1998 — *Honkanen M., Mikluha A.* Successful Management in Russia. Finland, 1998.
- House 1989 — *House J.* Politeness in English and German: the function of *Please* and *Bitter* / S. Blum-Kulka, J. House, G. Kasper (eds.). Cross-cultural Pragmatics: Requests and apologies. Norwood; NY: Ablex, 1989. P. 96–119.
- House, Kasper 1981 — *House J., Kasper G.* Politeness markers in English and German // F. Coulmas (ed.) 1981. P. 157–185.
- Hudson 1990 — *Hudson T.* The Discourse of Advice Giving in English: 'I wouldn't Feed Until Spring No Matter What you Do' // Language and Communication 10. 1990, № 4. P. 285–297.
- Hymes 1971 — *Hymes D. H.* Sociolinguistics and the ethnography of speaking // E. Ardenner. (ed.) Social anthropology and language. L.: Tavistock Publications, 1971. P. 47–95.
- Hymes 1977 — *Hymes D. H.* Foundations in Sociolinguistics. An Ethnographic Approach. L.: Tavistock, 1977.

- Hymes 1986 — *Hymes D.* Models of the interaction of language and social life // J. J. Gumperz, D. Hymes (eds.). *Directions in sociolinguistics: The Ethnography of Communication*. Basil Blackwell, 1986.
- Hwang 1990 — *Hwang J.-R.* 'Deference' versus 'politeness' in Korean Speech // *International Journal of the Sociology of Language* 82. 1990. P. 41–55.
- Ide 1989 — *Ide S.* Formal forms and discernment: two neglected aspects of linguistic politeness. *Multilingua*, 8. 1989. P. 223–248.
- Ide et al. 1992 — *Ide S. et al.* The concept of politeness: An empirical study of American English and Japanese // R. J. Watts et al., 1992. P. 281–298.
- Jandt 2004 — *Jandt F.* An Introduction to Intercultural Communication. *Identities in a Global Community*. 4th edition. Sage Publications, 2004.
- Janney, Arndt 1992 — *Janney R. W., Arndt H.* Intracultural tact versus intercultural tact // R. J. Watts et al. (eds). *Politeness in Language*. 1992. P. 21–42.
- Janney, Arndt 1993 — *Janney R. W., Arndt H.* Universality and relativity in cross-cultural politeness research: a historical perspective. *Multilingua* 12. 1993. P. 13–50.
- Ji 2000 — *Ji S. J.* 'Face' and polite verbal behaviours in Chinese Culture // *Journal of Pragmatics* 32(7). 2000. P. 1059–1062.
- Kasher 1986 — *Kasher A.* Politeness and rationality // J. D. Johansen, H. Sonne (eds.). *Pragmatics and linguistics: Festschrift for Jacob Mey*. Odense University Press, 1986. P. 103–114.
- Kasper, Blum-Kulka 1993 — *Interlanguage Pragmatics* / Kasper G., S. Blum-Kulka (eds.). N. Y.; Oxford: Oxford University Press, 1993.
- Kasper 1997 — *Kasper G.* Linguistic Etiquette // Florian Coulmas (ed.). *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell, 1997. P. 374–385.
- Kasper 1990 — *Kasper G.* Linguistic Politeness: Current Research Issues // *Journal of Pragmatics* 14 (2). 1990. P. 193–218.
- Kasper, Kellerman 1997 — *Communication Strategies: Psycholinguistic and Sociolinguistic Perspectives* / G. Kasper, E. Kellerman (eds.). L.; N. Y.: Longman, 1997.
- Kerbrat-Orecchioni 1997 — *Kerbrat-Orecchioni C.* A multi-level approach in the study of talk in interaction // *Pragmatics* 7(1). 1997. P. 1–20.
- Kinnison 2003 — *Kinnison L. Q.* Good-bye, you or I?: a study of linguistic patterns in American and Chinese leave-taking after dinner. Ann Arbor; Mich.: UMI, 2003.
- Kluckhohn 1954 — *Kluckhohn C.* Culture and behaviour // G. Lindzey (ed.). *Handbook of social psychology*. Cambridge, Mass.: Addison-Wesley (V. 2), 1954. P. 921–976.
- Kluckhohn, Strodtbeck, 1961 — *Kluckhohn F., Strodtbeck F. L.* Variations in Value Orientations. Connecticut: Greenwood Press, 1961.
- Kochman 1984 — *Kochman T.* The Politics of Politeness: Social Warrants in Mainstream American Public Etiquette // D. Schiffrin. *Meaning, Form, and Use in Context: Linguistic Applications*. Washington: Georgetown Univ. Press, 1984. P. 151–161.
- Kraut, Johnston 1979 — *Kraut R. E., Johnston R. E.* Social and emotional messages of smiling: an ethological approach // *Journal of personality and social Psychology* 37. 1979. P. 1539–1553.
- Labov, Fanshel 1977 — *Labov W., Fanshel D.* Therapeutic discourse: Psychotherapy as Conversation. N. Y.: Academic Press, 1977.
- Lakoff 1972 — *Lakoff R.* Language in context // *Language*, 48. 1972. P. 907–927.
- Lakoff 1973 — *Lakoff R.* The logic of politeness, or, minding your p's and q's // *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society*. Chicago, 1973. P. 292–305.

- Lakoff 1975 — *Lakoff R.* Language and woman's place. N. Y.: Harper and Row, 1975.
- Larina 2005 — *Larina T.* Negative politeness in English and Russian // *Respectus Philologicus*, Nr 8 (13), 2005, ISSN 1392–8295. P. 25–39.
- Larina 2006a — *Larina T.* Directness vs. Indirectness in Russian and English Communicative Cultures // *General and Theoretical Papers* ISSN 1435–6473. Essen: LAUD 2006. Paper № 647. Universitat Duisburg-Essen. 19 p.
- Larina 2006b — *Larina T.* Socio-Cultural Organization of Society and Communicative Style // *Nation and Language: Modern Aspects of Socio-Linguistic Development: Second International Conference Proceedings*. Kaunas: Technologija, 2006. P. 138–143.
- Larina 2007 — *Larina T.* English / Russian social relationships and cultural values // *Russian Through the Years: A Mosaic of Language, Literature and Culture: The Proceedings of the International Seminar cum Workshop* Edited by Sankar Basu. India: Centre of Russian Studies, Jawaharlal Nehru University, New Delhi, 2007. P. 5–14.
- Larina 2008 — *Larina T.* Directness, Imposition and Politeness in English and Russian // *Cambridge ESOL: Research Notes: issue 33, August 2008*. P. 33–38. [http://www.cambridgeesol.org/rs\\_notes/rs\\_nts33.pdf](http://www.cambridgeesol.org/rs_notes/rs_nts33.pdf)
- Lavandera 1988 — *Lavandera B. R.* The Social Pragmatics of Politeness Forms // U. Ammon et al. (eds.). *Sociolinguistics — Soziolinguistik. An International Handbook of the Science of Language and Society*. V. 2. Berlin: Mouton de Gruyter, 1988. P. 1196–1205.
- Laver 1975 — *Laver J.* Communicative functions of phatic communication // A. Kendon, R. M. Harris, M. R. Key (eds.). *The organization of behaviour in face-to-face interaction*. The Hague: Mouton, 1975. P. 215–238.
- Laver 1981 — *Laver J.* Linguistic Routine and Politeness in Greeting and Parting // F. Coulmas (ed.). *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague; Paris, 1981. P. 289–304.
- Laver, Hutcheson 1972 — *Communication in face-to-face interaction* / J. Laver, S. Hutcheson (eds.). Harmondsworth: Penguin, 1972.
- Leech 1983 — *Leech G. N.* Principles of pragmatics. L.; N. Y.: Longman, 1983.
- Leech 2005 — *Leech G.* Politeness: Is there an East-West Divide? // *Journal of Foreign Languages*. General Serial № 160. 2005. № 6.
- Leech, Thomas 1990 — *Leech G. N., Thomas J.* Language, meaning and context pragmatics // N. E. Collinge (ed.) *An encyclopedia of language*. L.; N. Y.: Routledge, 1990. P. 173–207.
- Lewis 1989 — *Lewis C. S.* A Grief Observed. San Francisco: Harper and Row, 1989.
- Lewis, Haviland 1993 — *Handbook of Emotions* / M. Lewis, J. M. Haviland (eds). N. Y.: Guilford, 1993.
- Lewis 1999 — *Lewis R. D.* When Cultures Collide. Managing Successfully across Cultures. L.: Nicholas Brialey Publishing, 1999.
- Lipson 1994 — *Lipson M.* Apologizing in Italian and English // *IRAL-International Review of Applied Linguistics in Language Teaching* 32(1). 1994. P. 19–39.
- Locher 2004 — *Locher M. A.* Power and Politeness in Action. Disagreements in Oral Communication. Berlin / N. Y.: Mouton de Gruyter, 2004.
- Locher, Watts 2005 — *Locher M. A., Watts R.* Politeness Theory and Relational Work // *Journal of Politeness Research*. 2005. 1. P. 9–33.

- Lorenzo-Dus 2001 — *Lorenzo-Dus N.* Compliment responses amongst British and Spanish university students: A contrastive study // *Journal of Pragmatics*. 2001. 33. P. 107–127.
- Lutz, Abu-Lughod 1990 — Lutz C., L. Abu-Lughod (eds.). *Language and Politics of Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- Lyons 1968 — *Lyons J.* Introduction to theoretical linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 1968.
- Lyons 1977 — *Lyons J.* Semantics. V. 1, 2. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- Manes 1983 — *Manes J.* Compliments: A Mirror of Cultural Values // W. Nessa, J. Elliot (eds.). *Sociolinguistics and Language Acquisition*. Rowley; L.; Tokio: Newsbury House, 1983. P. 97–102.
- Mao 1994 — *Mao L. R.* Beyond politeness theory: «Face» revisited and renewed // *Journal of Pragmatics* 21. 1994. P. 451–86.
- Markkanen 1985 — *Markkanen R.* Cross-language studies in pragmatics. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 1985.
- Marquez 2000 — *Marquez R. R.* Linguistic politeness in Britain and Uruguay. A Comparative Study of Requests and Apologies. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2000.
- Marquez 2006 — *Marquez R. R.* Linguistic politeness in Mexico: Refusal strategies among male speakers of Mexican Spanish // *Journal of Pragmatics*. V. 38, Issue 12. December 2006. P. 2158–2187.
- Mayenowa 1979 — *Mayenowa M. R.* Poetyka teoretyczna. Zagadnienia języka. Wyd. 2. Wrocław, 1979.
- McCarthy 2001 — *McCarthy M.* Issues in Applied Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Meier 1995 — *Meier A. J.* Passages of Politeness // *Journal of Pragmatics*. 1995. 24 (4). P. 381–392.
- Mesquita, Frijda 1991 — *Mesquita B., Frijda N. H.* Cultural variations in emotions: a review // *Psychological bulletin*, 112 (2). 1991. P. 179–204.
- Mills 2003 — *Mills S.* Gender and Politeness. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- Mohan 1974 — *Mohan B. A.* Principles, Postulates, Politeness // *Papers from the Tenth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*. Chicago: Department of Linguistics, University of Chicago, 1974. P. 446–459.
- Mursy, Wilson 2001 — *Mursy A. A., Wilson J.* Towards a Definition of Egyptian Complimenting // *Multilingua*. 2001. 20(2). P. 133–154.
- Nierenberg, Calero 1973 — *Nierenberg G., Calero H.* How to Read a Person Like a Book. N. Y.: Pocket Books, 1973.
- Nikolayeva 2000 — *Nikolayeva T. M.* Pragmatics of apologies: a comparative study on the example of the Russian language and culture // *Russian Linguistics*. 2000. 2 (24). P. 183–192.
- Nofsinger 1991 — *Nofsinger R. E.* Everyday Conversation. Newbury Park; L.; New Delhi: Sage Publications, 1991.
- Nwoye 1992 — *Nwoye O.* Linguistic politeness and sociocultural variations of the notion of face // *Journal of pragmatics*. 1992. 18 (4). P. 309–328.
- Ogino 1986 — *Ogino T.* Quantification of Politeness Based on the Usage Patterns of Honorific Expressions // *International Journal of Sociology of Language*. 1986. 58. P. 37–58.

- Olshtine 1989 — *Olshtine E.* Apologies across languages // S. Blum-Kulka, J. House, G. Kasper (eds.). *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*. Norwood, NJ: Ablex, 1989. P. 155–173.
- Owen 1983 — *Owen M.* *Apologies and Remedial Interchanges: A study of Language Use in Social Interaction*. Berlin; N. Y.; Amsterdam: Mouton Publishers, 1983.
- Parsons 1953 — *Parsons T.* *Baies and Shils. Working Papers in the Theory of Action*. Glencoe: Free Press, 1953.
- Pavlidou 1994 — *Pavlidou T.* *Contrasting German — Greek politeness and the consequences* // *Journal of Pragmatics* 21. 1994. P. 487–511.
- Peabody 1985 — *Peabody D.* *National characteristics*. Cambridge-Paris, 1985.
- Perkins 1983 — *Perkins M. R.* *Modal expressions in English*. L.: Pinter, 1983.
- Pizziconi 2003 — *Pizziconi B.* *Re-examining politeness, face and the Japanese language* // *Journal of Pragmatics*, 35, 2003. P. 1471–1506.
- Placencia 2006 — *Placencia M. E.* *Research on Politeness in the Spanish-Speaking World*. *Foreign Language Study* — 2006.
- Riabtseva 2001 — *Riabtseva N. K.* *Contrastive Phraseology in a Cross-Cultural and Cognitive Perspective* // M. Thelen, B. Lewandowska-Tomaszczyk (eds.). *Translation and Meaning. Part 5. Proceedings of the Maastricht. Lodz, 2001*. P. 365–378.
- Richards, Schmidt — *Language and Communication* / J. R. Richards, R. W. Schmidt (eds.). L.: Longman, 1983.
- Richmond 1999 — *Richmond Y.* *From Nyet to Da: Understanding the Russians*. Yarmoth. ME: Intercultural Press, 1999.
- Rintell 1981 — *Rintell E.* *Sociolinguistic variation and pragmatic ability: a look at learners* // *Journal of the Sociology of Language*. 27. The Hague, 1981. P. 11–33.
- Roberts et al. 2001 — *Roberts C., Byram M., Barro A., Jordan S., Street B.* *Language Learners as Ethnographers (Modern Languages in Practice 16)*. *Multilingual Matters*, 2001.
- Rothenbuhler 1998 — *Rothenbuhler E. W.* *Ritual Communication: From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*. Sage publications. L.; New Delhi: Thousands Oaks, 1998.
- Rubin 1983 — *Rubin J.* *How to tell when someone is saying «No» Revisted* // W. Nessa, J. Elliot (eds) *Sociolinguistics and Language Acquisition*. Rowley; L.; Tokio: Newbury House, 1983. P. 10–17.
- Samovar et al. 1998 — *Samovar L. A., Porter R. E., Stefani L. A.* *Communication between Cultures*. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1998.
- Samovar, Porter, McDaniel 2007 — *Samovar L. A., Porter R. E., McDaniel E. R.* *Communication between Cultures*. 6 ed. Thomson Wadsworth, 2007.
- Sampson 1994 — *Sampson E.* *The image factor*. L., 1994.
- Schwartz 1996 — *Schwartz S.* *Value priorities and Behavior: Applying a Theory of Integrated Value Systems* // *The Psychology of Values: The Ontario Symposium*. Vol. 8. N. J.: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1996. P. 1–24.
- Scheidegger 1980 — *Scheidegger G.* *Studien zu den Briefstellern des 18. Jahrhunderts und zur «Europäisierung» des russischen Briefstils*. Frankfurt a. M. u. a. (= *Slavica helvetica* 14), 1980.
- Schmidt 1980 — *Schmidt R.* *Review of Esther Goody (ed.) Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction* // *Regional English Language Centre Journal* 11, 1980. P. 100–114.

- Schmidt 1975 — *Schmidt S. J.* Zur Linguistik der sprachlichen Kommunikation // Linguistische Probleme der Textanalyse. Düsseldorf, 1975.
- Scollon, Scollon 1981 — *Scollon R., Scollon S.* Narrative literacy and face in interethnic communication. Norwood, N. J.: Ablex, 1981.
- Scollon, Scollon 1983 — *Scollon R., Scollon S.* Face in inter ethnic communication // J. R. Richards, R. W. Schmidt (eds.). Language and Communication. L.: Longman, 1983. P. 156–188.
- Scollon, Scollon 2001 — *Scollon R., Scollon S.* Intercultural Communication: A Discourse Approach. Second Edition. Oxford: Blackwell Publishers Ltd., 2001.
- Searle 1969 — *Searle J. R.* Speech Acts. An essay in the philosophy of language. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.
- Searle 1976 — *Searle J. R.* The classification of illocutionary acts // Language in Society 5 (1). 1976. P. 1–23.
- Searle 1979 — *Searle J. R.* Expression and Meaning. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.
- Sifianou 1992 — *Sifianou M.* Politeness Phenomena in England and Greece. Oxford; N. Y.: Oxford University Press, 1992.
- Sifianou 2001 — *Sifianou M.* 'Oh! How Appropriate!' Compliments and politeness // A. Bayraktaroglu, M. Sifianou (eds.) Linguistic Politeness Across Boundaries: The Case of Greek and Turkish. Amsterdam. Philadelphia: John Benjamins. Pragmatics and Beyond Series, 2001. P. 391–430.
- Slama-Cazacu 1986 — *Slama-Cazacu T.* The Concept of Politeness and its Formulas in the Romanian Language // J. A. Fishman (ed.). The Fergusonian Impact // Honor of Charles A. Ferguson on the Occasion of His 65<sup>th</sup> Birthday. Vol. 2. Berlin: Mouton de Gruyter, 1986. P. 35–58.
- Smith 1976 — *Smith H.* The Russians. L.: Sphere Books, 1976.
- Solomon 1995 — *Solomon R. C.* The Cross-cultural Comparison of Emotions // Marks, Ames and Solomon (eds.). Emotions in Asian Thought: A dialogue in comparative philosophy. Albany; N. Y.: State University of New York Press, 1995. P. 253–308.
- Spencer-Oatey 2000 — 'Rapport Management: A Framework for Analysis' / H. Spencer-Oatey (ed.). Culturally Speaking. Managing Rapport through Talk across Cultures. L.: Continuum. 2000. P. 11–46.
- Spencer-Oatey 2000 — Culturally Speaking. Managing Rapport through Talk across Cultures / H. Spencer-Oatey (ed.). L.: Continuum, 2000.
- Spencer-Oatey 2005 — *Spencer-Oatey H.* Rapport Management Theory and Culture // Interlanguage Pragmatics. 2005. 3. Vol. 2. P. 321–346.
- Stephan, Abalakina-Paap 1996 — *Stephan W. G., Abalakina-Paap M.* Russia and West: Intercultural Relations // Handbook of intercultural training. Thousand Oaks (Cal.), 1996. P. 336–382.
- Stewart 2005 — *Stewart M.* Politeness in Britain: 'It's Only a Suggestion' // L. Hickey, M. Stewart (eds.). Politeness in Europe. Multilingual Matters LTD, 2005. P. 116–129.
- Stubbs 1983 — *Stubbs M.* Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. Oxford: Blackwell, 1983.
- Suszczynska 1999 — *Suszczynska M.* Apologizing in English, Polish and Hungarian: Different languages, different strategies // Journal of Pragmatics. 31. 1999. P. 1053–1065.



- Takahara 1986 — *Takahara K.* Politeness in English, Japanese and Spanish // J.-H. Koo, R. N. St. Clair (eds.). *Cross-Cultural Communication: East and West*. Seoul: Samji, 1986. P. 181–194.
- Tanaka, Kawade 1982 — *Tanaka S., Kawade S.* Politeness strategies and second language acquisition // *Studies in Second Language Acquisition*. 5. 1982. P. 18–33.
- Tannen 1981 — *Tannen D.* The machine-gun question as an example of conversational style // *Journal of Pragmatics*. 5. 1981. P. 383–397.
- Tannen 1984 — *Tannen D.* *Conversational style: analyzing talk among friends*. Norwood (NJ): Ablex Publishing Corporation, 1984.
- Tannen 1990 — *Tannen D.* *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. N. Y.: Ballantine Books, 1990.
- Ter-Minasova 2000 — *Ter-Minasova S.* Crossroads of Cultures and Cultures of Crossroads // D. Lynch, I. Pilbeam, (eds.). *Heritage and Progress: From the Past to Future in Intercultural Understanding*. SIETAR Europa Congress. 2000. P. 69–77.
- Thomas 1983 — *Thomas J.* Cross-cultural pragmatic failure // *Applied Linguistics*. 4. 1983. P. 91–112.
- Thomas 1984 — *Thomas J.* Cross-Cultural Discourse as 'Unequal Encounter': Towards a Pragmatic Analysis // *Applied Linguistics* 5 (3). 1984. P. 226–235.
- Thomas 1995 — *Thomas J.* *Meaning in Interaction: an Introduction to Pragmatics*. L.; N. Y.: Longman, 1995.
- Ting-Toomey, Korzenny 1989 — *Language, Communication and Culture: Current Directions*. / S. Ting-Toomey, F. Korzenny (eds.). Newbury Park, CA: Sage, 1989.
- Triandis 1994 — *Triandis H.* *Culture and Social Behavior*. McGraw-Hill series in social psychology. McGraw-Hill Inc., 1994.
- Triandis 1995 — *Triandis H.* *Individualism and Collectivism*. Boulder, Co: Westview, 1995.
- Trompenaars 1993 — *Trompenaars A.* *Riding the Waves of Culture*. L.: Nicholas Brealey, 1993.
- Trosborg 1987 — *Trosborg A.* Apology strategies in native/non-natives // *Journal of Pragmatics*. 11. 1987. P. 147–167.
- Trosborg 1995 — *Trosborg A.* *Interlanguage Pragmatics: Requests, Complaints and Apologies*. Berlin; N. Y.: Mouton de Gruyter, 1995.
- Tsui 1994 — *Tsui A.* *English Conversation*. Oxford: Oxford University Press, 1994.
- Tsurikova 2000 — *Tsurikova L.* Cross-Cultural Analysis of Conversational Norms in Russian and English // D. Lynch, I. Pilbeam (eds.). *Heritage and Progress: From the Past to Future in Intercultural Understanding*. SIETAR Europa Congress. 2000. P. 78–85.
- Turnbull, Saxton 1997 — *Turnbull W., Saxton K. L.* Modal expressions as facework in refusals to comply with requests: I think I should say 'no' right now // *Journal of Pragmatics*. 27. 1997. P. 145–181.
- Tylor 1903 — *Tylor E. B.* *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom*. L., 1903.
- Ullmann 1957 — *Ullmann S.* *Style in the French Novel*. Cambridge, 1957.
- Usami 2002 — *Usami M.* *Discourse Politeness in Japanese Conversation*. Tokyo: Hituzi Syobo, 2002.
- Van Dijk 1997 — *Discourse as social interaction. Discourse studies: a multidisciplinary introduction*. V. 2. T. Van Dijk (ed.). L.; Thousand Oaks; New Delhi, 1997.
- Watts 2003 — *Watts R.* *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

- Watts, Ide, Ehlich 1992 — *Watts R., Ide S., K. Ehlich*. Introduction to Politeness in Language: Studies in its History, Theory and Practice. Berlin, N. Y.: Mouton de Gruyter, 1992. P. 1–20.
- Watts, Ide, Ehlich 1992 — Politeness in language. Studies in History, Theory and Practice. / R. J. Watts, S. Ide, K. Ehlich (eds.). Berlin: Mouton de Gruyter, 1992.
- Wierzbicka 1985 — *Wierzbicka A.* Different cultures, different languages, different speech acts English vs. Polish // *Journal of Pragmatics*. 1985. 9. P. 145–178.
- Wierzbicka 1990 — *Wierzbicka A.* Duša (soul), toska (yearning) and sud'ba (fate): Three key concepts in Russian language and Russian culture // *Z. Saloni* (ed.). *Metody formalne w opisie języków słowiańskich*. Białystok: Białystok University Press, 1990. P. 13–36.
- Wierzbicka 1991 — *Wierzbicka A.* Cross-cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction. Berlin: Mouton de Gruyter, 1991.
- Wierzbicka 1992 — *Wierzbicka A.* Semantics, culture, and cognition: Universal human concepts in culture-specific configurations. N. Y.; L.: Oxford University Press, 1992.
- Wierzbicka 1997 — *Wierzbicka A.* Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, and Japanese. N. Y.; L.: Oxford University Press, 1997.
- Wierzbicka 1999 — *Wierzbicka A.* Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universals. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- Wierzbicka 2002 — *Wierzbicka A.* Russian Cultural Scripts: The Theory of Cultural Scripts and its Applications. *Ethos*; Dec 2002; 30, 4; ProQuest Psychology Journals. P. 401–432.
- Wierzbicka 2003 — *Wierzbicka A.* Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction (2<sup>nd</sup> ed.). Berlin: Mouton de Gruyter, 2003.
- Wierzbicka 2006a — *Wierzbicka A.* A Conceptual Basis for Intercultural Pragmatics and World-Wide Understanding. Paper presented at The 31st International LAUD Symposium, Landau, Germany, 2006.
- Wierzbicka 2006b — *Wierzbicka A.* English: Meaning and Culture. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- Wierzbicka 2006c — *Wierzbicka A.* Anglo scripts against 'putting pressure' on other people and their linguistic manifestations // *Cliff Goddard*, ed. *Ethnopragmatics: Understanding Discourse in Cultural Context*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2006. P. 31–63.
- Williams 1976 — *Williams R.* Keywords: A Vocabulary of Culture and Society. Fontana: Croom Helm, 1976.
- Wolfson 1981 — *Wolfson N.* Invitations, compliments, and the competence of the native speaker // *International Journal of Psycholinguistics*. 24 (8). 1981. P. 7–22.
- Wolfson 1983 — *Wolfson N.* An empirically based analysis of compliments in American English // *Wolfson Nessa and Judd Elliot* (eds) 1983. P. 82–95.
- Wolfson, D'Amico-Reisner, Huber 1983 — *Wolfson N., D'Amico-Reisner L., Huber L.* How to arrange for social commitments in American English: the invitation // *N. Wolfson, J. Elliot* (eds.). 1983. P. 116–128.
- Wong 2004 — *Wong J.* Cultural scripts, ways of speaking and perceptions of personal autonomy: Anglo English vs. Singapore English // *Intercultural Pragmatics*. Special Issue on Cultural Scripts / *C. Goddard, A. Wierzbicka* (eds.). 2004. Vol. 1. № 2. P. 231–48.
- Wood, Kroger 1991 — *Wood L. A., Kroger R. O.* Politeness and forms of address // *Journal of Language and Social Psychology*. 10 (3). 1991. P. 145–168.

- Yoon 2004 — *Yoon K.-J.* Not just words: Korean models and the use of honorifics // Intercultural Pragmatics. Special issue on Cultural Scripts / C. Goddard, A. Wierzbicka (eds.). 2004. Vol. 1. № 2. P. 189–210.
- Young 1996 — *Young R. E.* Intercultural Communication: Pragmatics, Genealogy, Deconstruction. Multilingual Matters LTD, 1996.

## СПРАВОЧНАЯ И УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Джонсон 2002 — *Джонсон С.* English as a Second F\*cking Language. М., 2002.
- Майол, Милстед 2001 — *Майол Э., Милстед Д.* Эти странные англичане / Пер. с англ. И. Тогоевой. М.: Эгмонт Россия Лтд., 2001.
- Митина 2002 — *Митина И. Е.* Английские пословицы и их русские аналоги. СПб: КАРО, 2002.
- Ощепкова 2006 — *Ощепкова В. В.* Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. М. / СПб.: ГЛОССА / КАРО, 2006.
- Пост 1996 — *Пост Э.* Этикет / Пер. с англ. М., 1996.
- Beal 2000 — *Beal G.* Fun with English: Proverbs. L.: Kingfisher, 2000.
- Bertram 1993 — *Bertram A.* NTC's Dictionary of Proverbs and Cliches / Ed. R. A. Spears. Chicago: NTC Publishing Group, 1993.
- Ford, Legon 2003 — *Ford M., Legon P.* The How To Be British Collection. Lee Gone Publications, 2003.
- Gilgallon, Seddon 1988 — *Gilgallon B., Seddon S.* Modern Etiquette. L.: Ward Lock, 1988.
- Hartley, Viney 1996 — *Hartley B., Viney P.* Streamline English. Destinations: An intensive English course for intermediate students. Oxford University Press, 1996.
- Hewings 1999 — *Hewings M.* Advanced Grammar in Use. Cambridge University Press, 1999.
- Hobday, Norbury. 1999 — *Hobday P., Norbury P.* Simple Guide to England: customs and etiquette. Kent: Global Books Ltd., 1999.
- Hunter 1994 — *Hunter A.* Etiquette. Glasgow: Harper Collins Publishers, 1994.
- Knowles 1987 — *Knowles G.* Patterns of spoken English. L.: Longman, 1987.
- Leech, Svartvik 1994 — *Leech G., Svartvik J.* A Communicative Grammar of English. Second edition. L.; N. Y.: Longman, 1994.
- Murthy 2003 — *Murthy R.* English Grammar in Use: A self-study reference and practice book for intermediate students. 2nd ed. Cambridge University Press, 2003.
- O'Driscoll 1995 — *O'Driscoll J.* Britain. The country and its people: an introduction for learners of English. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- Ockenden 1997 — *Ockenden M.* Situational Dialogues. Longman Group UK Limited, 1997.
- Peters 2000 — *Peters B.* Tea and Conversation. Copper Beech Publishing LTD. 2000.
- Post 1950 — *Post E.* Etiquette. The Blue Book of Social Usage. N. Y.: Funk and Wagnalls, 1950.
- Ridout, Witting. 1981 — *Ridout R., Witting C.* English Proverbs Explained. L.; Sydney: Pan Books Ltd., 1981.
- Roe 1976 — *Roe P.* English for International Cooperation: BBC English courses. The British Broadcasting Corporation, 1976.
- Soars J., Soars L. New Headway English Course. Oxford: Oxford University Press.

## СЛОВАРИ И ИХ СОКРАЩЕНИЯ

- АРСС 1999 — *Англо-русский синонимический словарь / Ю. Д. Апресян, В. В. Ботякова, Т. Э. Латышева и др.; Под рук. А. И. Розенмана и Ю. Д. Апресяна. 4-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1999.*
- АРФС 1984 — *Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / Лит. ред. М. Д. Литвинова. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Рус. яз., 1984.*
- ЛЭС 1990 — *Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Сов. Энциклопедия, 1990.*
- Мультитран — <http://www.multitran.ru>
- НБАРС 1999 — *Новый большой англо-русский словарь: В 3 т. / Ю. Д. Апресян, Э. М. Медникова, А. В. Петрова и др. М.: Рус. яз., 1999.*
- РАС — *Караулов Ю. Н., Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Уфимцева Н. В., Черкасова Г. А. Русский ассоциативный словарь. Т. 1–6. М., 1994–1998.*
- ССРЯ 1986 — *Александрова З. Е. Словарь синонимов русского языка / Под ред. Л. А. Чешко. 5-е изд. М.: Рус. яз., 1986.*
- ССРЯ 2001 — *Словарь синонимов русского языка / Под. ред. А. П. Евгеньевой. М., 2001.*
- СРЯ 1981 — *Ожегов С. И. Словарь русского языка / Под. Ред. Н. Ю. Шведовой. 13-е изд., испр. М.: Рус. яз., 1981.*
- ФСРЯ 1986 — *Фразеологический словарь русского языка: Свыше 4000 словарных статей / Л. А. Войнова, В. П. Жуков, А. И. Молотков, А. И. Федоров; Под ред. А. И. Молоткова. 4-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1986.*
- ЭСРЯ 1964 — *Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. / Пер. с нем. О. Н. Трубачева; Под ред. проф. Б. А. Ларина. М.: Прогресс, 1964. Т. 1.*
- СЭД 2000 — *Collins English Dictionary, 2000*
- СОДР 1985 — *Simpson J. The Concise Oxford Dictionary of Proverbs. Oxford: Oxford University Press, 1985.*
- СПЭД 2000 — *Collins Pocket English Dictionary. New Edition. Harper Collins Publishers, 2000.*
- ДНЕ 1999 — *A Dictionary of Hiberno-English, 1999.*
- ЛДСЕ 1995 — *Longman Dictionary of Contemporary English. Longman, 1995.*
- ЛДЕЛС 1998 — *Longman Dictionary of English Language and Culture. Addison Wesley Longman, 1998.*
- МЭД 2002 — *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners: International Student Edition. Macmillan Publishers Limited, 2002.*
- ОДЕ 2000 — *Oxford Dictionary of English. Oxford: Oxford University Press, 2000.*
- ОПЭД 2000 — *Oxford Popular English Dictionary. Oxford: Oxford University Press, 2000.*
- Kiss, Armstrong, Milroy — *Kiss G., Armstrong C., Milroy R. The Associative Treasure of English. Edinburg, 1972.*

ЛИТЕРАТУРНЫЕ И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ  
ИСТОЧНИКИ

- Любимов 2004 — *Любимов М. Гуляние с Чеширским Котом: Мемуар-эссе об английской душе. М.: Б.С.Г.-ПРЕСС, 2004.*

- Овчинников 1986 — *Овчинников В.* Сакура и дуб. Киев, 1986.
- Савенков 1999 — *Савенков Ю.* Пунаны не говорят «ты», предпочитают — «мы» // Известия, 3 сентября 1999.
- Сакин, Спайкер 2002 — *Сакин С., Спайкер.* Больше Бена. ООО МАМА ПРЕСС, 2002.
- Archer 1999 — *Archer J.* A Quiver Full of Arrows. A Twist in the Tale. L.: Harper Collins Publishers, 1999.
- Asher 1997 — *Asher J.* The Longing. L.: Harper Collins Publishers, 1997.
- Binchy 1999 — *Binchy M.* Tara Road. L.: Orion Books Ltd., 1999.
- Bradford — *Bradford B. T.* To be the best. L.: Grafton Books, 1989.
- Carroll 2004 — *Carroll L.* Through the Looking Glass. М.: Менеджер, 2004.
- Colgan 2000 — *Colgan J.* Talking to Addison. L.: Harper Collins Publishers, 2000.
- Fielding 1998 — *Fielding H.* Bridget Jones's Diary. L.: Picador, 1998.
- Goddard 1996 — *Goddard R.* Out of the Sun. L.: Corgu Books, 1996.
- Holden 2005 — *Holden W.* The wives of Bath. L.: Headline, 2005.
- Johnston 1975 — *Johnston J.* The Captains and the Kings. L.: Hamish Hamilton, 1975.
- Johnston 1998 — *Johnston J.* Two Moons. L.: Review, 1998.
- Maugham 1996 — *Maugham S.* Stories. М.: Глосса, 1996.
- Maugham 2006 — *Maugham W. S.* Selected prose. М.: Менеджер, 2006.
- McEwan 2007 — *McEwan I.* Atonement. L.: Vintage Books, 2007.
- Paxman 1999 — *Paxman J.* The English: A Portrait of a People. Penguin Group, 1999.
- Perry 2001 — *Perry A. J.* Twelve Stories of Russia: A Novel, I Guess. Moscow: Glas publishing, 2001.
- Porter 1996 — *Porter D.* Blue Remembered Hills and other Plays. L.; Boston: Faber and Faber, 1996.
- Weisberger 2006 — *Weisberger L.* The Devil Wears Prada. L.: Harper, 2006.

## Терминологический указатель

- абсолютная вежливость 164, 231  
абсолютная шкала вежливости 163  
автономия личности 68, 146, 426  
аксиологические характеристики 34  
английская вежливость 130, 135, 138, 141, 142, 162, 172, 416, 417, 424  
английская коммуникативная культура 76, 77, 80, 87, 95, 100, 138, 142, 147, 165, 213, 221, 238, 253, 273, 276, 293, 302, 303, 307, 347, 355, 364, 381, 425, 431, 432  
английский стиль коммуникации 49, 76, 79, 122, 251, 268, 277, 301, 304, 307, 359, 363, 384, 405, 417, 422, 424, 428, 429, 433–434, 436  
английское коммуникативное поведение 20, 76, 79, 87, 142, 158, 174, 212, 309, 311, 312, 323, 350, 363, 379, 427  
английское коммуникативное пространство 145, 147, 311  
аттрактивный стиль 434  
аффективный стиль 30, 31, 384, 432  
вежливое поведение 130, 131, 139, 140, 158, 159, 167, 169  
вежливость 122, 126, 129, 130–142, 149–158, 159–164, 165, 166, 167–171, 227, 278, 424  
вежливость дистанцирования 161, 162, 172, 306, 421, 432, 425  
вежливость контакта 161  
вежливость почтения 160, 161  
вежливость сближения 161, 162, 280, 308, 360, 422, 425, 427, 431, 432  
вежливость солидарности 160, 161  
вербальная коммуникация 23, 33, 423, 424  
вербальное поведение 20, 308, 340  
вертикальная дистанция 46, 48, 49, 78, 140, 145, 147, 203, 204, 425, 426  
высокий уровень вежливости 163, 168, 217, 224, 429, 422  
высококонтекстные культуры 52  
гиперболизированная оценочность 362, 363, 398, 405, 415, 421, 428  
гиперстратегия вежливости 160  
гиперстратегия позитивной вежливости 316  
гиперстратегия негативной вежливости 161, 302  
глубинная культура 38  
горизонтальная дистанция 46, 47, 49, 145, 147, 204, 425, 144, 204, 353, 425, 427  
демонстративная вежливость 142  
демонстративная приветливость 362, 398, 405, 417, 428  
демонстративное внимание 136, 141, 164, 417, 427  
деятельностные культуры 58  
деятельностный подход к культуре 36, 37  
директивные речевые акты 204, 210, 211, 212, 214, 262, 270, 273, 302  
директивы 205, 207, 262  
дистантность 96, 120, 160, 163, 169, 260, 301, 303, 428, 431  
дистантные культуры 47  
дистантный стиль 433  
дистанцирование 159, 161, 172, 179, 184, 275  
дистанция 75, 76, 80, 90, 91, 92, 96, 108, 141, 159, 160, 172, 309, 350, 416  
дистанция власти 34, 41, 78, 269, 426  
диффузное общение 53, 55  
допустимость неопределенности 42, 43, 108  
естественный стиль 363, 434, 436  
зона власти 145, 147  
зона интимности 145, 148  
зона личной автономии 16, 73, 76, 91, 93, 144, 145, 146, 229, 242, 425

- избыточная вежливость 138, 425  
императивность 235, 426  
имплицитный стиль 432, 434  
импозитивность 56, 235, 260, 304  
индивидуализм 39, 41, 69  
индивидуалистическая культура 32, 39, 40, 42, 49, 53, 78, 98, 144  
интеракциональное общение 150, 153  
интерперсональная граница 164, 165, 308  
интимная дистанция 91, 92, 144  
интимность 145, 163, 385  
инструментальный стиль 30, 31, 384, 432  
информативность 398, 411  
информативный стиль 432, 435, 432  
категоричность 175, 197, 223, 429  
категоричный стиль 277,  
категория вежливости 21, 129, 149, 159, 164, 167–171, 424  
кинестическое поведение 35, 91  
количественные характеристики 34  
коллективизм 39, 41  
коллективистская культура 32, 39, 40, 42, 48, 49, 53, 98, 144  
коммуникативная аттрактивность 417, 421, 428  
коммуникативная естественность 56, 89, 122, 405, 421, 427, 429  
коммуникативная интерференция 127, 128  
коммуникативная категория 22, 82, 127, 129, 149, 164, 165, 166, 424, 425  
коммуникативная компетенция 122  
коммуникативная культура 39, 76, 77, 80, 87, 95, 100, 138, 142, 147, 165, 213, 221, 238, 253, 273, 276, 293, 302, 303, 306, 307, 347, 355, 364, 373, 381, 422, 425, 431, 432, 436  
коммуникативная неискренность 417, 418  
коммуникативная неприкосновенность 146, 165, 301, 302, 306, 307, 428  
коммуникативная неудача 99, 128  
коммуникативная норма 313, 341, 364  
коммуникативная оценочность 165  
коммуникативная ошибка 128  
коммуникативная поддержка 359, 419, 428  
коммуникативная преграда 76  
коммуникативная стратегия 157, 167, 169, 170, 171, 179, 188, 213, 260, 360  
коммуникативная тактика 170  
коммуникативная этностилистика 26, 27, 437  
коммуникативное воздействие 50, 146, 278, 300, 430  
коммуникативное давление 165, 426  
коммуникативное действие 159, 161, 162, 169  
коммуникативное намерение 168, 170, 216, 225, 229  
коммуникативное ожидание 318  
коммуникативное поведение 19, 20, 25, 26, 39, 43, 51, 55, 76, 80, 89, 118, 122, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 131, 145, 149, 151, 158, 166, 204, 304, 308, 363, 398, 436  
коммуникативное пространство 145, 146, 147, 311, 429  
коммуникативное сознание 67, 76, 127, 128, 129, 137, 141, 144, 149, 165, 166, 169, 433  
коммуникативное табу 287, 300, 306  
коммуникативные доминанты 21, 427, 429, 430, 437  
коммуникативные правила 96, 171, 237, 250, 261, 277, 306, 399, 405, 422  
коммуникативные ценности 67, 68, 79, 87, 89, 90,  
коммуникативный контекст 52, 144, 145, 159, 169, 170, 171, 226, 422, 430  
коммуникативный концепт 128, 129  
коммуникативный оптимизм 421, 428  
коммуникативный пессимизм 304, 428  
коммуникативный подарок 316, 323, 337, 355, 363, 423

- коммуникативный этностиль 21, 27, 29, 33, 428
- конкретное общение 54
- контактность 146 261, 304, 429
- контактные культуры 47
- контактный стиль 429
- контекстуальный стиль 30, 31
- концепт 128, 73, 74, 76, 129, 137, 141, 144, 164, 165
- концепт вежливость 129, 137, 141, 142, 164
- концепт общения 83
- концепт privacy 129
- кооперативно-конформный стиль 431, 432, 433
- кооперативный стиль 431
- косвенность 235, 260, 260, 304, 428
- косвенный стиль 52, 277, 432, 433
- культура 26, 35–39, 40–46, 47, 51–56, 62, 63, 67–79, 80–90, 97, 100, 101, 108, 166, 238, 253, 273, 276, 293, 302, 303, 307, 347, 355, 364, 381, 425, 431, 432
- культурные ценности 20, 37, 41, 43, 57, 69, 74, 76, 77, 79, 145, 146, 166, 167, 170, 172, 301, 425
- культурный контекст 91
- культурный релятивизм 56
- культуры интенсивного насыщения нормами 52
- культуры неинтенсивного насыщения нормами 52
- культуры, допускающие неопределенности (толерантные к неопределенности) 43
- культуры, избегающие неопределенности 43
- культуры с женским началом 52
- культуры с мужским началом 52
- лаконичность 405, 415
- лингвистические характеристики 34
- лингвокультурная интерференция 127
- лингвокультурная коммуникативная интерференция 127
- лингвокультурный концепт 128
- личная автономия 16, 50, 73, 76, 75, 80, 91, 93, 94, 144, 146, 172, 229, 276, 291, 301, 302, 309, 425
- лично-ориентированный стиль 31, 49, 431, 432
- личное пространство 68, 91, 92, 96, 300, 350, 436
- личный стиль 30, 31
- ложное приглашение 336, 337
- маркеры внутригрупповой принадлежности 320
- межкультурная коммуникативная компетенция 122
- межкультурная коммуникация 21, 26, 37, 38, 114, 122, 126, 127, 129, 149, 169
- межкультурная прагматика 224
- межличностная коммуникация 51, 56, 92, 174
- межличностное общение 99, 150
- менталитет 124
- ментальность 124
- многословность 235, 415
- многословный стиль 343, 433
- монохронные культуры 62, 63
- национальное сознание 80, 125, 126, 127
- национальный стиль коммуникации 20, 21, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 32, 33, 55, 112, 125, 170, 301, 428, 436
- национальный стиль вербальной коммуникации 34
- национальный стиль невербальной коммуникации 34
- национальный характер 102, 123, 124, 125
- невежливое поведение 130, 131, 158, 167
- невежливость 22, 130, 158, 164
- невербальная коммуникация 22, 90, 92, 96, 424, 436
- невербальное поведение 20, 91, 108, 423
- невербальные характеристики 35
- негативная вежливость 23, 157, 159, 161, 172
- негативное лицо 157, 172



- недирективные речевые акты 210, 302  
недоговоренность 175, 201, 304, 428, 431  
неймпозитивность 260, 302, 303, 304, 349, 428  
неймпозитивный стиль 50, 250, 428, 433  
нейтральная вежливость 162, 168, 303, 411, 422, 429  
нейтральный стиль 163, 168  
некатегоричность 201, 260, 304, 428  
некатегоричный стиль 433  
немногословный стиль 250, 277, 435  
неоднозначность 304  
непрощеный совет 73, 75, 251, 261, 301, 252  
непрямой стиль 30  
неформальная вежливость 162, 163  
неформальность 371, 382, 411, 422, 428  
неявное приглашение 238  
низкий уровень вежливости 162, 163, 168, 214, 217, 422, 429, 430  
низкоконтекстные культуры 32, 52  
норма 20, 22, 25, 37, 77, 106, 127, 138, 140, 141, 147, 152, 165, 168  
нормативный этикет 37  
общинность 80, 81, 89  
объектно-ориентированный стиль 250  
однозначность 305, 429  
оппозиция «свой—чужой» 53, 98, 140, 147—148, 427  
ориентированность на говорящего 305  
ориентированность на собеседника 304, 431  
ориентированность на содержание 56, 87, 261, 277, 398, 421, 427, 429  
ориентированность на форму 277, 398, 411, 415, 421, 432  
относительная вежливость 164, 231  
относительная шкала вежливости 163, 231  
оценочность 355, 362, 363, 398, 405, 415, 421, 428  
паравербальная коммуникация 436  
паравербальные характеристики 35, 91  
параметры измерения культур 39, 52  
персональная дистанция 91, 92, 144  
побудительные речевые акты 203, 205, 206, 207, 212, 213, 430  
позитивная вежливость 157, 159, 160, 161, 309  
позитивное лицо 157  
полихронные культуры 62  
прагмалингвистическая категория 152  
прагматическая опция 208, 209, 211, 269, 302  
преувеличение 308, 312, 342, 360, 362, 428, 431  
прохsemное поведение 35  
прошeнный совет 253  
прямое коммуникативное воздействие 278, 300, 430  
прямой стиль 30, 52, 250, 277, 303, 432, 437  
прямолинейность 56, 87, 175, 235, 239, 261, 305, 421, 426, 429  
психолингвистические характеристики 34  
публичная дистанция 91, 92, 144  
развернутый стиль 30, 434  
разговорно-фамильярный стиль 163  
регламентированность поведения 52, 398, 426, 428, 429  
регламентированный стиль 434  
реквестив 205, 206, 207  
реквестивные речевые акты 206  
речевая стратегия 169  
речевой акт 161, 162, 172, 184, 203, 205, 212, 213, , 230, 239, 251, 339, 360, 364  
речевой этикет 108, 132, 136, 142, 150, 322, 367, 371  
русская вежливость 135, 138 141, 142  
русская коммуникативная культура 77, 87, 142, 165, 238, 251, 252, 300, 302, 304, 306, 364, 373, 381, 391, 422, 425, 428, 436

- русская ментальность 167  
русский стиль коммуникации 89, 122, 268, 277, 301, 304, 363, 405, 421, 424, 432, 434–435, 436  
русское коммуникативное поведение 212, 323, , 363, 427  
русское коммуникативное пространство 145, 147  
сближение 159, 161, 172, 310  
семантическая опция 179, 208, 209  
сложный стиль 30  
соборность 80, 81, 82, 87, 89  
сознание 39, 59, 81, 82, 127, 129, 131, 141  
солидарность 159, 160, 161, 163, 416, 426, 427  
сохранение лица 156, 158, 175, 277, 304  
социальная дистанция 42, 49, 91, 143, 144, 426  
социальная норма 152  
социально приемлемое поведение 167  
социально-культурная норма 169  
социально-культурная организация общества 143  
социокультурные характеристики 34  
социолингвистические характеристики 34  
средний уровень вежливости 162, 163, 168, 217, 429, 430  
статусная дистанция 41, 42, 49, 140, 143, 144, 268, 353,  
статусно-ориентированный стиль 31, 49, 432  
стилеобразующая черта 32  
стилеобразующий фактор 26, 32  
стиль 28, 29, 32, 162, 429  
стиль коммуникации 30, 31, 32, 68, 170, 171, 198, 227, 260, 308, 421, 429, 430, 431  
стратегии вежливости 167, 149, 159, 169, 186, 229  
стратегии дистанцирования 18, 84, 161, 172–173, 188, 203, 229, 301, 323, 426, 428, 430, 431  
стратегии негативной вежливости 161, 162, 172–173, 185  
стратегии позитивной вежливости 161, 12, 309, 310–311  
стратегии сближения 308, 310–311, 416, 417  
стратегическая компетенция 171  
субъективность 201, 204, 260, 428  
субъектно-ориентированный стиль 250  
суггестивные речевые акты 206  
табуированное коммуникативное действие 300  
тактильная коммуникация 94, 96, 436  
тактильное поведение 35, 91  
тематическое табу 300  
терпимость к неопределенности 39  
тип вежливости 23, 159, 160, 162  
тип культуры 20, 108, 166  
толерантность 76, 165  
транзакциональное общение 150, 153  
угрожающий лицу речевой акт 172, 184  
узкоконтекстные культуры 32, 52  
уровень вежливости 159, 162, 168, 217, 224, 306, 429, 430  
фамильярность 169, 431  
фатическая коммуникация 122, 162, 320, 363, 418, 432, 433, 435  
фатические эмоции 121  
формальная вежливость 154, 162, 211, 422  
формальность 122, 152, 160, 161, 162, 169, 373, 383, 411, 432  
формальный стиль 432  
ценностный подход к культуре 36, 37  
центрированный стиль 431  
ширококонтекстные культуры 32, 52  
эксплицитный стиль 363, 434  
экспрессивно-умеренный стиль 434  
экспрессивность 99, 36, 342, 415  
экспрессивные речевые акты 323, 428  
экспрессивный стиль 363

- эмотивная компетенция 122  
эмотивная коммуникация 118, 120, 309, 322, 358  
эмотивная умеренность 398, 429  
эмотивное высказывание 359  
эмотивность 118, 119, 122, 398, 415, 420, 421, 428  
эмотивный стиль 363, 432, 434  
эмотивы 121  
эмоциональная коммуникация 118, 120, 309, 322  
эмоциональная компетенция 122  
эмоциональная поддержка 358, 423  
эмоциональная открытость 108  
эмоциональная сдержанность 80, 100, 105, 108, 109, 122  
эмоционально-интуитивный стиль 31, 384  
эмоциональность 56, 80, 99, 103, 106, 112, 118, 119, 1222, 420, 421, 429  
эмоциональный стиль 432, 435  
эмпатия 320  
этикет 63, 108, 114, 122, 132, 135, 136, 138, 150, 152, 166–167, 170, 324, 350, 366  
этикетная деятельность 138  
этикетная норма 152, 224, 242, 288, 305  
этикетная формула 337, 411, 424  
этическая категория 152  
этническая культура 37  
этнический стереотип 22, 129, 131  
этностилистика 26, 27, 437  
этноцентризм 21, 56, 58  
явное приглашение 238  
языковая вежливость 157, 158, 169  
языковое сознание 126, 129  
языковой стиль 162

## ЛАРИНА ТАТЬЯНА ВИКТОРОВНА

Доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов, профессор кафедры методики преподавания перевода и иностранных языков Межотраслевого института повышения квалификации Московского государственного лингвистического университета.

Проходила научную стажировку в Ирландии, в Центре изучения языков и коммуникации Тринити колледжа.

Специализируется в области межкультурной коммуникации, межкультурной прагматики, лингвокультурологии, этнопсихолингвистики, антропологической лингвистики.

Автор более 100 научных и научно-методических публикаций, среди которых *Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах*. М., 2003 (удостоена медали ВВЦ), *Очерк английского коммуникативного поведения*: Воронеж, 2003 (в соавторстве).

Координатор международного научно-исследовательского проекта «Культура общения и национальные стили коммуникации: сопоставительный анализ русской и иноязычных традиций», член международной исследовательской группы English Profile (Кембриджский университет).

Автор будет искренне благодарен читателям за любые дополнения и комментарии.

[www.larina.tv](http://www.larina.tv)

***Татьяна Викторовна Ларина***

**КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ  
И СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ**

**Сопоставление английских и русских  
лингвокультурных традиций**

**Издатель А. Кошелев**

**Зав. редакцией М. Тимофеева**

**Корректоры: Е. Сметанникова, Н. Полякова**  
**Оригинал-макет подготовлен А. Магамбетовым**  
**Художественное оформление переплета С. Жигалкина**

Подписано в печать 22.01.2009. Формат 60 × 90<sup>1/16</sup>.  
Бумага офсетная № 1, печать офсетная. Гарнитура Times.  
Усл. печ. л. 32,0. Тираж 1500 экз. Заказ № 1526.

**Изд-во «Рукописные памятники Древней Руси». ОГРН 1067746430102.**

**Изд-во «Языки славянских культур». ОГРН 1037789030641.**

**Тел.: 607-86-93. E-mail: [Lrc.phouse@gmail.com](mailto:Lrc.phouse@gmail.com)**

**Site: <http://www.lrc-press.ru>, <http://www.lrc-lib.ru>**

**Отпечатано с готовых диапозитивов в ОАО ордена «Знак Почета»  
«Смоленская областная типография им. В. И. Смирнова».  
214000, г. Смоленск, проспект им. Ю. Гагарина, 2.**

**Оптовая и розничная реализация — магазин «Гнозис».**  
**Тел./факс: (499) 255-77-57, тел.: 246-05-48, e-mail: [gnosis@pochta.ru](mailto:gnosis@pochta.ru)**  
**Костюшин Павел Юрьевич (с 10 до 18 ч.).**  
**Адрес: Зубовский проезд, 2, стр. 1**  
**(Метро «Парк Культуры»)**

**Foreign customers may order this publication  
by E-mail: [koshelev.ad@mtu-net.ru](mailto:koshelev.ad@mtu-net.ru)**