

*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 № 0741p/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).

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  
«Сутружеская пара в парке (автопортрет с женой)», 1746—1747*

ISBN 978-5-9551-0297-9

© Ларина Т. В., 2009

© Рукописные памятники Древней Руси, 2009

Электронная версия данного издания является собственностью издательства, и ее распространение без согласия издательства запрещается.

## 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 английского и 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****АНГЛИЙСКИЙ И РУССКИЙ СТИЛИ КОММУНИКАЦИИ ...** 424**П р и л о ж е н и я**

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 поразительные различия между русскими и английскими информантами. И так, 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 преодолеть 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, переживает 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.

## Глава 1

# 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 этностилях**, 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, определяют выбор этих средств, с другой — сами определяют 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 *лично-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/непрямой), 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 этностиля. 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.



Национальный стиль вербальной коммуникации можно определить как совокупность исторически сложившихся и закрепленных 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 закрепленных 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:
  - **проксемическое 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 стилиобразующих 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.