

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации в
английской и русской коммуникативных культурах**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
(МАГИСТЕРСКОЙ) РАБОТЫ**

студентки 3 курса 301 группы
направления подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование, профиль –
Иностранные языки в контексте современной культуры»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Зайцевой Кристины Евгеньевны

Научный руководитель
доцент каф. англ. языка и
метод. его преподавания
канд. филол. наук

дата, подпись

Л. К. Ланцова

Заведующий кафедрой
канд. пед. наук, доцент

дата, подпись

Г. А. Никитина

Саратов 2020

Введение. Понимание различного восприятия окружающего мира представителями разных культур служит одним из ведущих, базовых теоретических постулатов, на которых основаны современная лингвокультурология и этнопсихолингвистика. Особую актуальность приобрели вопросы соотношения культуры и языка в настоящее время, когда эффективная коммуникация невозможна без знания и понимания культуры. Различия в особенностях вербального и невербального общения людей, имеющих определенные лингвокультурные особенности, способны стать причиной неверной интерпретации отношений, чувств, переживаний, эмоций, намерений партнеров по общению. Продуктивность и успешность общения людей между собой обуславливается не только владением языком, но и пониманием особенностей национального характера, менталитета, культурной традиции вербального и невербального поведения, знанием и пониманием специфики социально-культурных норм, приоритетных характеристик коммуникации, национально-культурных особенностей проявления вежливости, форм, методов и способов ее презентации. Вежливость представляет собой своего рода системообразующее начало, регулирующее особенности межличностного общения и поведения людей. Знание и понимание национальных особенностей категории вежливости дает возможность изучить и осознать многие характерные черты коммуникативного поведения народа, например, англичан и русских.

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью дальнейшего изучения особенностей межкультурного общения и взаимодействия людей вследствие расширения границ международного сотрудничества, выдвижения новых требований к межкультурному взаимодействию, целью которого выступает достижение взаимопонимания. Не вызывает сомнений тот факт, что вежливость представляет собой базовый элемент межличностного общения. Она служит наиболее мощным регулятором поведения человека в обществе, необходимым для осуществления наиболее успешного и продуктивного социального сотрудничества.

Объектом настоящего исследования является категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах.

Предметом исследования являются лексические, грамматические и семантико-синтаксические средства проявления категории вежливости, получившие распространение в русском и английском языках.

В работе ставилась **цель** всестороннего изучения коммуникативного поведения англоязычных и русскоязычных коммуникантов в отдельных коммуникативных ситуациях; выявление особенностей категории вежливости в русской и английской коммуникативных культурах и их объяснение через призму социально-культурных различий в сознании народов и культуры в целом.

На защиту выносятся следующие положения (**гипотеза**):

1. Вежливость представляет собой отражение социально-культурных отношений, главными в которых выступают социально-психологическая и статусная дистанции. Различия социально-культурных отношений обуславливают различия национальных систем вежливости.

2. Основными причинами различий в коммуникативном поведении англоговорящих и русскоязычных коммуникантов являются наличие не совпадающих в сопоставляемых культурах дистанций – горизонтальной и вертикальной.

3. Национальная специфика вежливости проявляется в наличии национально-специфических коммуникативных стратегий через частотность их использования.

Поставленная цель обусловила необходимость решения ряда конкретных **задач**:

- определить основное содержания концепта вежливости в английской и русской коммуникативных культурах и выявить различия в представлении о том, что такое вежливое и невежливое поведение в данных культурах;

- изучить принципы вежливости в речевом общении в английской и русской коммуникативных культурах;

- дать характеристику английского и русского стиля межкультурного общения;

- рассмотреть классификацию средств выражения вежливости на лексическом, грамматическом и семантико-синтаксическом уровнях по их соответствию коммуникативной ситуации в английском и русском языках;

- провести анализ коммуникативного поведения англичан и русских в однотипных коммуникативных ситуациях путем сопоставления используемых ими языковых средств и коммуникативных стратегий.

Поставленная цель и задачи исследования определили используемые **методы** исследования: изучение и анализ литературы по данной теме, интерпретативный подход, метод сравнительно-сопоставительного анализа, экспериментальный метод (анкетирование), опрос информантов, верификация результатов и выводов.

Методологической и теоретической базой исследования послужили основные положения теории категории вежливости как предмета исследования когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, представленные в работах Н. И. Формановской, В. И. Карасика, Т. В. Лариной, Л. В. Хохлова, А. Харчарека, И. А. Романова, Е. А. Зацепина и других авторов, а также концепция взаимосвязи языка и культуры и влияния коллективного языкового сознания на формирование национально-специфической категории в трудах фон Гумбольдта, Б. Уорфа, Э. Сепира, Х. П. Грайса, Дж. Лича, Р. Лакофф, П. Браун и С. Левинсона, А. Вежбицкой, В. А. Масловой, С. Г. Тер-Минасовой.

Материалом исследования послужило анкетирование, проведённое среди англоговорящих и русскоговорящих коммуникантов. Источником для проведения анкетирования послужил сайт поиска партнёров по языковой практике italki.com.

Научная новизна данного исследования состоит в новом подходе к изучению коммуникативного поведения представителей различных лингвокультур, рассматриваемого с учетом типа культуры, социально-культурных отношений, культурных ценностей и особенностей

коммуникативного сознания, одной из важнейших категорий которого является категория вежливости.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что предлагаемый в нем подход к изучению коммуникативной культуры народа через категорию вежливости, являющуюся отражением действительности, дает объяснение многих особенностей коммуникативного поведения представителей различных лингвокультур, а также демонстрирует связь между социальными отношениями, культурными ценностями и коммуникативным поведением народа.

Практическая значимость работы заключается в том, что материалы и выводы проведенного исследования могут быть использованы для спецкурсов по некоторым разделам лингвокультурологии, этнопсихолингвистике, теории и практике межкультурной коммуникации и некоторых других смежных наук о человеке.

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложения А и приложения Б.

Основное содержание работы. В первой главе «**Концепт вежливости и нормы речевого общения в русской и английской коммуникативных культурах**» рассматривается концепт вежливости, конкретизируются принципы вежливости в речевом общении в английской и русской коммуникативных культурах, даётся характеристика английского и русского стиля межличностного общения.

Вежливость является одним из важнейших регуляторов межличностной коммуникации людей, а также выступает в качестве сложного комплекса коммуникативных стратегий, имеющих целью достижение успешного, продуктивного, бесконфликтного общения. Данные стратегии являются основой выбора средств и методов вербальной и невербальной межличностной коммуникации. В качестве универсальной категории вежливость характеризуется определенными национально-культурными особенностями, которые получают проявление не только в специфике национальных норм и

положений этикета, в их употреблении, но, прежде всего, в наличии специфических этнических стратегий, направленных на регулирование коммуникативного поведения представителей определенной национальной и лингвистической культуры, в их направленности и частоте использования.

Концепция вежливости в культуре разных народов интерпретируется по-разному. Например, основой английского понимания вежливости является демонстрация внимания к другим. Английская вежливость ориентирована на партнера по общению, она реализует более значительную, сравнительно с русской, коммуникативную функцию, ей свойственен четко выраженный демонстративный характер. Концепция вежливости в русском языке означает соблюдение правил приличия. Вежливость в русской культуре в значительной мере ориентирована на субъект, ей свойственна большая этическая нагрузка.

Тип социальных отношений, сформировавшийся в течение длительного исторического периода, является основной причиной различий английской и русской культур межличностного общения. Горизонтальная и вертикальная дистанции не только значительно отличаются в английской и русской культурах, но и имеют существенные отличия в культурных ценностях. В английской культуре наибольшее распространение получила горизонтальная дистанция, отделяющая английских коммуникантов и получившая проявление в наличии зоны личной автономии. Для данного типа дистанции имеется большое количество норм и ограничений, горизонтальная дистанция принуждает партнеров по коммуникации вести себя определенным образом, четко соблюдая установленные правила. Напротив, вертикальная дистантность в значительной мере более свойственна для социально-культурных отношений русского народа. Она дает возможность партнерам по межличностной коммуникации быть не только более свободными в общении, но и уверенными в том, что его тревоги и переживания интересны собеседнику.

Представленная нами модель характеристики английского и русского стилей коммуникации является попыткой сделать обобщение и систематизацию национально-культурных особенностей коммуникативного поведения

представителей двух культур. Основной мыслью и доминирующей целью было показать, что национальный стиль коммуникации – это такая же объективная данность, как и национальный язык, в нем получает отражение коммуникативное сознание народа, его культурные ценности и традиции, и он должен быть объектом целенаправленного изучения и описания.

Во второй главе «**Средства выражения вежливости в английской и русской коммуникативных культурах**» анализируются особенности использования лексических, грамматических и семантико-синтаксических средств выражения вежливости в английском и русском языках.

Согласно определению вежливости, каждый из языковых уровней характеризуется наличием маркеров вежливости. Для реализации вежливого общения, английская и русская коммуникативные культуры имеют широкий спектр языковых средств.

На лексическом уровне предпочтение отдаётся нормативной лексике. Универсальными средствами вежливости являются не только клишированные, стандартные фразы, но и положительно эмоционально окрашенные слова.

Необходимо уточнить, что лексические, грамматические и синтаксические средства выражения вежливости в той или иной степени существуют неразрывно в языке, поэтому, например, рассматривая лексику нам приходится частично обращаться к грамматике.

Грамматическая сторона языка значительно отличается от лексической, она легче поддаётся изменениям под влиянием как собственно языковых, так и внеязыковых факторов. На уровне грамматики используются полные, законченные предложения, правильной грамматической формы. Грамматические проявления вежливости реализуются через сослагательные наклонения, вопросительные и отрицательные конструкции, а также модальные глаголы. Средства модальности представляют одну их характерных особенностей английской языковой системы.

Комплекс маркеров вежливости в английском и русском языках чрезвычайно различается как по количественному, так и по качественному

составу из-за имеющихся выраженных специфических характеристик языка и культуры. Например, при оформлении речевого акта приглашения английские коммуниканты стремятся дать выбор слушающему, в то время как русские об этом не заботятся, они выражают свои намерения прямо с использованием императивов. Английские вежливые приглашения могут расцениваться русскими как неискренние и приведут к отрицательному ответу. Вопросительный акт в целом можно отнести к невежливым высказываниям, так как, задавая вопрос, говорящий претендует на контроль действий слушающего, принимая коммуникативную инициативу на себя и обозначая тему для разговора, тем самым побуждая собеседника к ответу.

Регулярное использование стратегий вежливости приводит к выработке специфических черт коммуникативного поведения, которые формируют национальный стиль коммуникации.

В третьей главе **«Сопоставительный анализ категории вежливости в коммуникативном поведении англоязычных и русскоязычных коммуникантов в отдельных коммуникативных ситуациях»** проводится сопоставительный анализ категории вежливости в коммуникативном поведении англоязычных и русскоязычных коммуникантов в отдельных коммуникативных ситуациях на основе проведенного анкетирования.

Для верификации выводов, сделанных в ходе непосредственного наблюдения над коммуникативным поведением англичан и русских, нами было проведено эмпирическое исследование. Анализируемый материал был собран в результате анкетирования, проведенного среди 40 информантов - 20 англичан (источник информантов - сайт поиска партнеров по языковой практике italki.com) и 20 русских, которым было предложено дополнить мини-диалоги репликами, являющимися, по их мнению, наиболее естественными в предложенных ситуациях общения (см. Приложение А, Анкета № 1.). В результате анализировались следующие ситуации:

Ситуация 1. «Ваш друг приглашает вас прийти к нему на обед».

Ситуация 2. «Вы уходите из гостей».

Ситуация 3: «Ваш друг починил вам машину / велосипед».

Ситуация 4. «Ваш друг дарит вам книгу вашего любимого писателя».

В ситуациях 2, 3, 4 рассматривались также ответные реплики, таким образом, в целом было рассмотрено 7 типов реплик - реакций коммуникантов.

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. 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, их лексическую и семантическую составляющую; также обращалось внимание на количество реплик-реакций и их наиболее типичную комбинацию.

Анализ полученного материала показал, что коммуникативные действия, совершаемые английскими и русскими коммуникантами в одних и тех же ситуациях общения, имеют ряд различий. При анализе оценочных реплик, которые оказались преобладающими в ответах английских респондентов, нами не ставилась задача их всестороннего, детального рассмотрения, описания и строгой классификации. Цель данного исследования состояла в выявлении основных тенденций и предпочтений, отдаваемых представителями сопоставляемых коммуникативных культур в данных ситуациях общения. В результате сопоставления мы попытались выявить основные особенности, связанные с эмотивной деятельностью представителей двух культур.

Сопоставление коммуникативного поведения англичан и русских в рассмотренных ситуациях общения позволило сделать следующие обобщения.

Во большинстве ситуаций более часто эксплицитная благодарность выражалась английскими коммуникантами, хотя иногда (ситуация 4) разница была малозначительной.

Во всех ситуациях английские формулы благодарности чаще, чем русские, содержали интенсификаторы. Особый контраст замечен в ситуации

«Приглашение на обед», где половина английских формул благодарности содержала интенсификаторы (*Thank you very much*), в то время как в русских они вообще отсутствовали.

Единственной ситуацией, где русские информанты чаще употребляли эмфатические формулы благодарности (*Большое спасибо / Огромное спасибо*), является благодарность за отремонтированную машину / велосипед (ситуация 3). Однако здесь речь идет о лексических интенсификаторах. При этом в данной ситуации английские коммуниканты в два раза чаще употребляли по две благодарственные реплики, используя такое средство усиления, как повтор. Если обобщить эти данные, то увидим, что и в этой ситуации благодарность выражалась эмфатически чаще англичанами, чем русскими (76,6% и 63,5% соответственно).

Оценочные реплики были употреблены коммуникантами обеих групп во всех ситуациях, но англичане делали это значительно чаще. Наиболее яркий контраст наблюдается в ответе на приглашение на обед, где англичане выражали оценку почти в 4 раза чаще, и в ответе на помощь с машиной (велосипед), где разрыв составил 4,6 раза. Практически во всех рассмотренных ситуациях (исключение составила ситуация 4) оценочные реплики оказались в английской коммуникации более значимыми, чем реплики с эксплицитной благодарностью.

Разрыв в употреблении реплик, содержащих эмоциональную оценку, значителен во всех ситуациях общения. Этот факт подтверждает наш вывод о том, что эмотивность является одной из важнейших черт английской коммуникации, она представляет собой коммуникативную стратегию, нацеленную на оказание эмоциональной поддержки партнеру.

Употребление комплимента является еще одним свидетельством этого. Английские информанты использовали комплимент как средство усиления благодарности в четырех ситуациях из семи (русские - в трех) и при этом значительно чаще. На наш взгляд, это свидетельствует как о большей

эмотивности английского поведения, так и о более частой реализации стратегии оказание внимания партнеру.

Тот факт, что англичане чаще, чем русские используют интенсификаторы, суперлативы, средства эмоциональной оценки, свидетельствует о тенденции к гиперболизации и подтверждает наше наблюдение о том, что преувеличение как коммуникативная стратегия в большей степени характерно для английского общения, чем для русского.

Помимо основных типов реплик, использованных как английскими, так и русскими коммуникантами, которые, несмотря на наличие ряда существенных различий, свидетельствуют о сходстве коммуникативного поведения представителей сопоставляемых лингвокультур, большой интерес представляют менее частотные высказывания, в которых с особой наглядностью проявляется национальная специфика общения. Так, в ситуации 4 каждый третий английский информант использовал реплику, содержащую заботу о партнере (*Would you mind / Are you sure it is not too much trouble / Great, but only if you have the time*). Среди русских реплик подобные высказывания составили всего 6%. В то же время около трети русских информантов ответили на предложение согласием (*Хорошо, приходи / Ладно, буду ждать*). Также встретились высказывания, содержащие просьбу (*Зайди, пожалуйста / Пожалуйста, я тебя очень прошу / Только не забудь*), отсутствующие среди английских ответов. Данное различие в очередной раз свидетельствует о том, что такая стратегия вежливости, внимание к партнеру, его интересам в большей степени характерна для английского коммуникативного поведения.

Во всех ситуациях английские респонденты проявили тенденцию к употреблению большего количества реплик, чем русские: наиболее часто ими использовались две реплики, русскими - одна, в ситуации 4 это соотношение - 3 и 2. Ситуации 2, где русские информанты также чаще употребляли по две реплики, не являются исключением, так как тенденция к большему многословию англичан проявляется в этих ситуациях при сопоставлении количества употреблений одной реплики (чаще употребляемой русскими

респондентами) и трех (чаще встречаемой у англичан). Как показал наш материал, в русской коммуникации благодарность, выраженная одной формулой, является вполне допустимой, в то время как в английской ограничиться эксплицитной благодарностью недостаточно.

Заключение. Результаты сопоставительного анализа, полученные путем проведенного эмпирического исследования, свидетельствуют о том, что стратегии позитивной вежливости, нацеленные на сближение коммуникантов, в большей степени характерны для английской коммуникации, чем для русской.

Преобладание данных стратегий в английской коммуникативной культуре проявляется как в качественном, так и в количественном аспектах. Английские коммуниканты демонстрируют больше внимания окружающим, сигнализируя на каждом шагу о том, что они замечают тех, кто вокруг, и относятся к ним с демонстративной симпатией и доброжелательностью. Они чаще здороваются, извиняются, благодарят, оказывают взаимную коммуникативную поддержку, дарят друг другу «коммуникативные подарки» в виде комплиментов, высокой эмоциональной оценки собеседника, его качеств и действий, в виде выражения заинтересованности в нем, в желании продолжения контактов и т.д.

Для русской коммуникативной культуры данные стратегии характерны в меньшей степени, поведение русских отличается большей естественностью и меньшей ритуализованностью. Сигналы вежливости, посылаемые партнеру по коммуникации, не столь часты и облигаторны.

В интеракциональной коммуникации англичане большее значение придают форме, чем содержанию. По сравнению с соответствующими русскими формулами английские являются в большей степени семантически опустошенными. Их основное прагматическое значение — продемонстрировать собеседнику свое внимание, симпатию, расположенность и т.д. Таким образом, в английских высказываниях, обслуживающих вежливость сближения, как и при

выражении вежливости дистанцирования, преобладает форма, в русских - содержание.

Важное различие в английском и русском коммуникативном поведении касается выражения эмоций: в русской коммуникативной культуре важную роль играет эмоциональность - свободное, естественное проявление эмоций, в английской — эмотивность, т.е. выражение эмоций в стратегических, коммуникативных целях. Именно поэтому для английской фатической коммуникации характерна такая черта, как гиперболизированная оценочность, проявляющаяся в частом употреблении суперлативных эмоционально-оценочных лексем; для русской - эмоциональная сдержанность.

Различия в использовании коммуникативных стратегий находят отражение в доминантных чертах коммуникативного поведения, формирующих национальный стиль коммуникации.

В результате регулярного использования стратегий сближения, направленных на контакт, на сокращение дистанции, на стирание интерперсональных границ формируется такая доминантная черта английского коммуникативного поведения, как демонстративная приветливость - регулярная демонстрация расположенности, доброжелательности, внимания к окружающим. Ее составляющими являются гиперболизированная оценочность, эмотивность, коммуникативный оптимизм, коммуникативная поддержка собеседника, коммуникативная неформальность, или демократичность и др.

Для русской коммуникативной культуры, где отмеченные стратегии вежливости используются реже и менее интенсивно, характерна иная доминанта - коммуникативная естественность, под которой понимается ориентированность на содержание, а не на форму и меньшая регламентированность коммуникативного поведения. Для русского стиля вербальной коммуникации характерны также эмоциональность (естественное проявление эмоций),

эмотивная умеренность, экспрессивная сдержанность, однозначность, прямолинейность, приоритетность содержания.

Коммуникативное поведение англичан является более ритуализованным, чем поведение русских, оно в большей степени ориентировано на адресата и характеризуется большей формализованностью (ориентацией на форму, а не на содержание).

Тот факт, что стратегии вежливости сближения (именно стратегии, а не естественное поведение) в большей степени характерны для английской коммуникации, чем русской, может найти объяснение в разных типах культуры и особенностях социально-культурных отношений.

Русские коммуниканты не разделены столь значительной дистанцией и потому меньше заинтересованы в специальных действиях по ее сокращению. Они руководствуются другими культурными ценностями и имеют свои коммуникативные доминанты, главными из которых являются коммуникативная искренность, или естественность поведения.

Знание различий в использовании стратегий вежливости, а также формируемых на их основе особенностей коммуникативного поведения и их причин чрезвычайно важно для адекватного понимания собеседника и успешного межкультурного общения.