



ЯЗЫК
СЕМИОТИКА
КУЛЬТУРА



Т. В. Ларина

*К*атегория вежливости
и стиль коммуникации

Сопоставление
английских и русских
лингвокультурных
традиций

Татьяна Викторовна Ларина

Категория вежливости и стиль коммуникации

Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=274512

*Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. : Рукописные памятники Древней Руси; Москва; 2009
ISBN 978-5-9551-0297-9*

Аннотация

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.

Содержание

Предисловие	4
Литература	8
От автора	9
Введение	11
Глава 1	15
1.1. Культура и стиль коммуникации	15
1.1.1. Коммуникативная этностилистика и предмет ее изучения	15
1.1.2. Национальный стиль коммуникации: определение и параметры описания	16
1.2. Изучение культуры в свете коммуникативных задач	21
1.2.1. Содержание понятия «культура»	21
1.2.2. Параметры измерения культур	23
1.2.3. Культура и социальные отношения	27
1.2.4. Культура и коммуникация	30
1.3. Культура и культурные ценности	35
1.3.1. Типы ценностей	35
1.3.2. Коммуникативные ценности английской культуры	41
1.3.3. Коммуникативные ценности русской культуры	49
1.4. Культура и особенности невербальной коммуникации англичан и русских	56
1.5. Эмоции в культуре, языке и коммуникации	61
1.5.1. Универсальность и специфичность проявления эмоций в разных культурах	61
1.5.2. Английская сдержанность и русская эмоциональность	64
1.5.3. Еще раз об улыбке	70
1.5.4. «Сдержанные англичане» и «эмоциональные русские»: парадоксы межкультурного общения	72
1.5.5. Эмоциональность и эмотивность в коммуникации	74
Конец ознакомительного фрагмента.	77

Татьяна Викторовна Ларина

Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций

Предисловие

Когда я читаю замечательную книгу Татьяны Лариной, мне часто приходит в голову заглавие стихотворения польского поэта Мирона Биалошевского «Sprawdzone soba» – «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 собой, 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. Итак, **ни один** английский информант не считал 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: «*Sестричка, 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 ди-минутивы также важны для иллюкативной силы высказывания, как и грамматический императив.

Ларина говорит, что «в русской лингво-культурной 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 «лингво-культура» английского языка, и того, что такое русская лингво-культура; и как обе эти лингво-культуры 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.

От автора

Всем моим друзьям посвящается

Однажды после многократных попыток привить студентам навык выражать просьбу при помощи традиционного вопроса *Would you mind...?* одна моя студентка возразила: «*и о 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, заслуженного 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 Кх>бленц-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.

Введение

*Языку нельзя научить, его можно
только пробудить в душе.*

В. фон Гумбольдт

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 коммуникативных стратегий и средств коммуникации (как вербальных, так и невербальных), в результате чего вырабатывается *национальный стиль коммуникации*, или *коммуникативный этностиль*. Выделение стиливых 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 является 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 лите-

ратурные 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 лингво-культуры 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 лингво-культурной 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.

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 лингво-культур, 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 лингво-культур; 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 лингво-культуры, 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 традиционной 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 контекст 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 тендерного 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 этно-стилях**, 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 языкового 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 слож-

ный 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 лингво-культур в межкультурном аспекте, а также обосновать их существование. В некоторой степени данные стили переключаются 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 стилиевых 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 информа-

тивности, 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*)¹, в частности к русской, 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 этностыля. 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.

Национальный стиль вербальной коммуникации можно определить как совокупность исторически сложившихся и закрепленных традицией особенностей использования языка, характерных для носителей данной лингво-культуры. Он представляет собой совокупность коммуникативных черт, в более широком плане – доминант, формируемых в результате

¹ 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 которой контекст может характеризоваться как широкий либо узкий, а не высокий и низкий.

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:
 - 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 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, лингво-культурологии, 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 механизмов, 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 ит.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. Strodtbeck 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 / (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 культуру 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 выпол-

нять; 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 подобной 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 дока-

зано 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 контактными (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 – дистантными (*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, «вто-

рая 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 ит. 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 ит. 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 англий-

ского стиля коммуникации, как не – импозитивность – 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», «самоуничуждения» 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 аксиологической 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 лингво-культур, 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 взаимодетерминированности 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, являющихся 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 лингво-культуре, 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. Вежицкой, 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 [Вежицкая 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.» [Вежицкая 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. Вежицкая называет одним из самых важных слов в русском лексиконе [Вежицкая 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: Вежицкая 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 ослабевают.

Отмеченные различия отражают системность и триединство понятий *культура – язык – коммуникация*. Выделенные типы общения (конкретное и диффузное), свойственные разным лингво-культурам, 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 нагоняя [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 приводит 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 антропо-

логи 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 инициируют (*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. Вежбицкая 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 судьбы/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! Oo 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 пословицы *Работа не волк – в лес не убежит / Дурака работа любит*². Русское слово *авось* – одно из наиболее загадочных слов для английских 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 устраивается, появляется скатерть-самобранка, ковер-самолет или самый ленивый из сыновей женится на царской дочке.

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

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 ит. 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 произошло 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. Вежицкая 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)* ит. 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 подающихся 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

«вперед и 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 **монохронные и полихронные** [Hall, Hall 1990]. В *монохронных* 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 монохронную 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 асимметричных 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 увिलивает 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 суетливости, 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 торопливость 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 огаде 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]³.

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 опережает 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.

³ 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.

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 суеверное отношение к будущему, они боятся сглазить запланированное (*Хочешь рассмешишь 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 делится, 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 лингво-культуры, 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 [Рахман

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 англичанам 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* [LDELIC].

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 себе⁴: *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* (В. 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* (М. Binchy) (из разговора двух друзей);

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* (В. 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* (В. 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* (В. 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 лингво-культур, 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*

⁴ 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*.

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 значение, 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; 2006а, б], подчеркивает, что в современном употреблении *privacy* является «не описательным, а идеологическим термином» [Wierzbicka 2006а: 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», «зеркалом 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. Моэма 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 ит. 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* ит.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 стиля 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 нижестоящему не понижает, а, напротив, повышает его статус. В повседневном общении демонстративное подчеркивание статуса как самим его обладателем, так и его нижестоящим 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 «оптимистический 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, выворачивать 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 стяжате-

лей. 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.: *Не имей сто рублей, а имей 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 подержать

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, знаться, 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 задушевного 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.: *общегородской, 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, общегородской – 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 *взаимость*. 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 *взаимость*: *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 *взаимость* является, в отличие от английского, общепотребительным 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 устраниают 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 попутчиками 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 **разговор «за жизнь»**, столь необходимых русскому человеку (выделено мной. – Т. Л.), в

таких компаниях Вы не услышите. О том, чтобы «последнюю рубашку отдать» – такого выражения даже не существует в английском языке. После работы – «See u tomor-row!» – и ВСЕ... Как они волками по вечерам не воют – не знаю. Зато, пожив 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, эмоциональность⁵, 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,

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

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 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 лингво-культуры 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 ит. 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); *кинесическое 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 дистанции⁶, 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.

⁶ 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].

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 воспринимается 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 русскими⁷. 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 коммуникантами⁸

ТИП ДИСТАНЦИИ	РУССКИЕ	АНГЛИЧАНЕ
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 занимает 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 стран-

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

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

ные 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 саморас-

крытие 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;жимают 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 эмоций 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 ит. 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 эмоций, 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 удается 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 осуждение⁹.

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 тридцатишестилетней 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, сохранить 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:

⁹ 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 удастся, они ставят это себе в заслугу [Виссон 2003: 181]. Жена президента США Хилари Клинтон улыбалась фотографам на траурной церемонии похорон принцессы Дианы [Тер-Минасова 2000: 190].

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 вдохновение, 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 исследования, 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 калькулятор 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 калекой. 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 uncomfortable¹⁰*), 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 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 Моэма «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).

¹⁰ 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).

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 неопре-

деленности, 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.¹¹ 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]).

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* – *другок, 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*' (Р. Аугес) «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 серживильно 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

¹¹ Глагол *rejoice*, иногда приводимый в русско-английских словарях, является устаревшим.

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 вышеизложенных 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; Яновая 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 близких¹². 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 смущен-

¹² Такой эпизод описывается в [Janney and Arndt 1992: 32].

ние 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 наличие 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. [Проников, 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» [Леве 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 улыбочивость 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, улыбочивость 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 же 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. стрелнуть у кого-либо сигарету означает обречь себя на «Sorry, 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, улыбочивость англичан расценивается ими как неискренность и лицемерие; те же, в свою очередь, воспринимают неулыбочивость 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 неулыбчивые, – 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!)¹³ (в саду у друга).

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

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

*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).

*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 эмоциональностью; 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 эмотивностью. 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 парт-

неры 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 fantastic*, 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 фатические эмотивы, 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 позитивными фатическими эмотивами. В отличие от эмотивов 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]), фатические эмотивы 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 другому человеку, что ты что-то чувствуешь, если ты этого на самом деле не чувствуешь» [Вежбицкая 2005: 469]. А. В. Серге-

ева, 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].

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.