

ЯЗЫКИ МИРА

СОВЕТ В ЯЗЫКЕ И КОММУНИКАЦИИ

А.Ю. Архипенкова

Кафедра иностранных языков филологического факультета
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье на примере конкретных ситуаций общения показаны различия в коммуникативных стратегиях и языковых средствах, используемых представителями английской и русской лингвокультур, определяются основные коммуникативные стратегии, реализуемые в речевом акте «Совет».

Ключевые слова: прошенный совет, непрошенный совет, коммуникативные стратегии, языковые средства, реализация совета.

В последнее время все чаще обсуждается проблема необходимости изучения национальных стилей коммуникации, поскольку перевод не только с языка на язык, но и «с культуры на культуру» не поддается никакой алгоритмизации; невозможно также выучить все речевые формулы в различных ситуациях общения во избежание коммуникативных ошибок и провалов.

Поскольку часто ожидания собеседника не совпадают с коммуникативным поведением его партнера, представляется перспективным подробное и всестороннее изучение речевых актов в межкультурном аспекте. Залогом успешного решения этой задачи является исследование языковых средств и коммуникативных стратегий, используемых коммуникантами, что позволяет выявить доминантные черты коммуникативного поведения народов.

Для иллюстрации вышесказанного проанализируем коммуникативное поведение англичан и русских при реализации речевого акта «Совет» в различных речевых ситуациях. Ниже приводятся результаты эмпирического исследования, проведенного в виде анкетирования среди английских и русских информантов, в котором приняло участие 200 человек (по 100 с каждой стороны) [1].

Респондентам было предложено, проигрывая естественные для них коммуникативные роли, найти адекватный, по их мнению, способ выразить совет, тип которого ясен из вербально описанной ситуации. Анкета состояла из двух частей, каждая из которых включает в себя 6 смоделированных ситуаций общения, имеющих единую прагматическую цель — стимулировать конкретное речевое действие (выражение совета) — и отличающихся друг от друга по одному из признаков (статусное неравенство, разная социально-психологическая дистанция).

Для исследования прошенного совета нами были предложены следующие коммуникативные ситуации.

1. Совет матери сыну, как поступить, если он получил приглашение в гости, а ему необходимо закончить работу.
2. Совет подруге, что предпринять, если ее приятель внезапно прекратил общение и исчез.
3. Совет коллеге, как поступить в случае невозможности выполнить работу в срок.
4. Совет преподавателя студенту, как запомнить трудное правило.
5. Совет взрослого ребенку о том, как начать самостоятельно зарабатывать себе на жизнь.
6. Совет прохожего незнакомой девушке, как поступить, если она оставила в ушедшем автобусе свою сумку.

В данной работе вслед за многими исследователями [см., напр., 2—6] мы выделяли такие значимые параметры культур, как *социальный статус* коммуникантов и *социально-психологическая дистанция* между ними. Как видно, каждая из ситуаций имеет свои особенности: в первой, четвертой и пятой собеседников разделяет статусная (вертикальная) дистанция, во второй, третьей и шестой ситуациях у коммуникантов разные типы отношений по горизонтали (по степени интимности, близости).

Собранный эмпирический материал обработан статистическими методами и представлен в таблице.

Таблица

Речевые модели	Английские информанты, чел.					Русские информанты, чел.						
	Ситуации											
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
<i>С императивом</i>	62	69	90	30	31	90	90	81	92	76	83	85
<i>Совместное действие</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0
<i>С модальными глаголами</i>	10	7	2	49	19	10	6	4	0	6	5	0
<i>Вопросительные</i>	21	15	5	11	13	0	4	6	0	0	6	0
<i>С глаголом в сослагательном наклонении</i>	2	5	1	10	20	0	0	4	0	0	4	0
<i>С перформативом</i>	0	0	0	0	0	0	0	5	7	0	0	0
<i>Повествование-оценка</i>	5	0	0	0	7	0	0	0	0	2	0	15
<i>Другие</i>	0	2	0	0	10	0	0	0	1	0	2	0
<i>Затруднились ответить</i>	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Приведем *основные различия* в способах выражения совета английскими и русскими коммуникантами в условиях статусного неравенства (ситуации 1, 4, 5).

1. Разнообразие речевых формул в английском материале. Англичане широко используют вопросительные формы высказываний, модальные глаголы, сослагательное наклонение:

You should stay at school and try to find work in your spare time (Тебе следует остаться в школе и попытаться найти работу в свободное время.) / *Why don't you go to the party?* (Почему бы тебе не сходить на вечеринку?)

2. Русские респонденты отдали явное предпочтение императивным высказываниям — в среднем в два раза больше, чем в английской коммуникации:

Поторопись — и успеешь! / Работа важнее, оставайся-ка ты дома! Вопросительные конструкции русские употребляли в 5 раз реже, чем англичане, и в 4 раза реже использовались модальные высказывания.

3. В английских модальных высказываниях преобладает значение *совета* (78% высказываний содержали глагол *should*), в русских — *долженствования* (*нужно / надо / должен*):

You should stay at school and try to find work in your spare time (Тебе следует остаться в школе и попытаться найти работу в свободное время.) / Тебе надо учиться.

4. Русские респонденты значительно реже (в 3 раза) использовали средства субъективной модальности (*я думаю, возможно, может быть*).

5. При значительной социальной дистанции между коммуникантами 16% русских информантов использовало высказывания, содержащие предложение о совместной деятельности (*Давай вместе разберем эти правила! / Попробуем еще раз!*) В английском материале подобные высказывания не употреблялись.

Основные различия способов выражения совета при разной социально-психологической дистанции (ситуации 2, 3, 6):

— русские коммуниканты в целом чаще, чем представители английской культуры, используют императивные конструкции. Например, в ситуации «совет подруге» их использовало 69% англичан и 81% русских: *Wait and he'll turn up!* (Подожди, и он появится!) / Позвони сама!;

— представители русской культуры использовали перформативные высказывания (*Мой совет — оставь все как есть / Советую тебе подождать*), английские респонденты никогда их не употребляли;

— английские коммуниканты использовали более разнообразные формы высказываний (вопросительные, модальные, с сослагательным наклонением), чем русские респонденты;

— в ситуациях 2 и 3 встречались такие случаи, когда английские информанты затруднились дать какой-либо совет (в среднем — 2% от общего числа респондентов). В русском материале такого явления не наблюдалось.

Эти различия позволяют нам сделать вывод о том, что, несмотря на наличие богатого набора языковых средств и в английском, и в русском языках, коммуниканты отдают предпочтение *разным* речевым формулам, что свидетельствует об использовании *разных коммуникативных стратегий*.

Сопоставляя употребление стратегий вежливости, мы опирались на исследования П. Браун и С. Левинсона, Дж. Лича и Т.В. Лариной [3; 5; 7].

Исходя из полученных данных, в английском коммуникативном поведении можно выделить следующие коммуникативные стратегии: выражайтесь косвенно, задавайте вопросы, будьте уклончивы, предоставляйте слушающему выбор, возможность не совершать действие, минимизируйте давление на адресата. В русском коммуникативном поведении — выражайтесь прямо, оказывайте воздействие на адресата (об этом свидетельствует наличие императивов и побудительных высказываний с глаголом *долженствования*), ищите согласия и избегайте разногласия.

Как показали наши данные, при выражении совета англичане используют стратегии *негативной вежливости*. Русские коммуниканты, напротив, демонстрируют стратегии, которые были определены П. Браун и С. Левинсоном как стратегии *позитивной вежливости* [5. С. 129]. Объединение говорящего со слушающим, выраженное с помощью побудительных высказываний со значением совместного действия, является также стратегией сближения, из чего следует вывод о разнонаправленности стратегий, используемых англичанами и русскими в данных коммуникативных ситуациях.

Необходимо подчеркнуть, что предложенные П. Браун и С. Левинсоном стратегии вежливости, названные универсальными, характерны для английской культуры, в русской культуре они используются реже. По нашим наблюдениям, для русского коммуникативного поведения в рассматриваемом речевом акте характерны такие стратегии вежливости, как предложение *помощи адресату*, *выражение солидарности*. Данные стратегии реализуются говорящим с помощью развернутого высказывания, нескольких вариантов решения проблемы, предлагаемого русским коммуникантом, и таким образом реализуется еще одна стратегия вежливости сближения — *будьте разговорчивы*.

Для исследования реализации непрошеного совета, аналогично описанному выше эксперименту, нами также были смоделированы коммуникативные ситуации; при этом участникам анкетирования предоставлялось право выбора: дать совет или нет. Предлагались следующие ситуации.

1. Совет жене/мужу, что надеть.
2. Совет другу в выборе подарка.
3. Совет коллеге отдохнуть.
4. Совет незнакомому ребенку надеть шапку.
5. Совет подчиненному закончить проект.
6. Совет прохожему, как пройти в ближайшую аптеку.

Собранный эмпирический материал представлен в гистограмме (рис.), отражающей количество респондентов (в процентах), согласившихся дать совет в каждой конкретной ситуации.

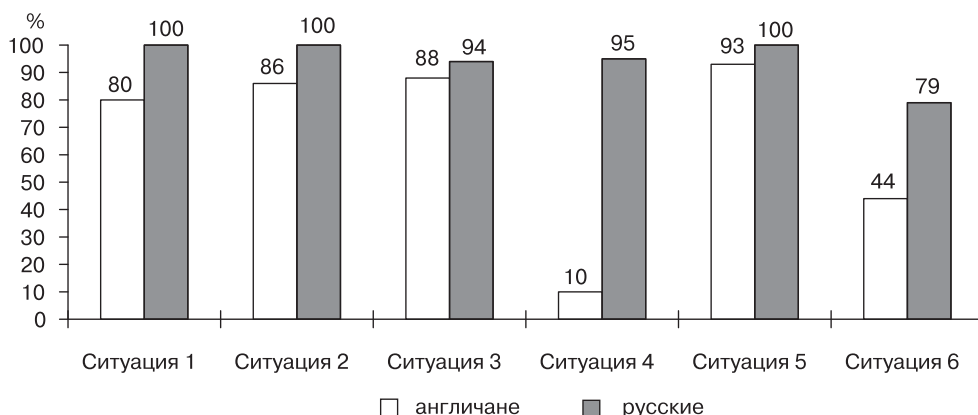


Рис. Количество респондентов, согласившихся дать совет в каждой конкретной ситуации

Наибольший контраст в коммуникативном поведении англичан и русских наблюдается в ситуации 4: 90% англичан ответили, что они ничего бы не сказали в подобной ситуации, тогда как только 5% русских дали подобный ответ. Как показали полученные данные, в целом англичане советовали реже, чем русские. Интересно, что, по нашим данным, англичане советуют чаще своим коллегам, чем друзьям (хотя различия незначительны). Объяснением данному факту может служить стремление англичан не делить собеседников на «своих» и «чужих», с одной стороны, и выбором сценария коммуникативной ситуации — с другой. Иными словами, возможно, совет отдохнуть показался английским информантам более значимым, важным.

Проанализировав ответы участников анкетирования, мы можем утверждать, что англичане значительно чаще отказываются от выражения непрошенных советов, чем русские. В целом полученный материал оказался настолько разнообразным, что наряду с анализом языковых средств мы рассматривали ответы респондентов с учетом семантического ядра совета и количества употребленных реплик.

Приведем основные результаты этой части исследования.

1. Англичане дают советы реже, чем русские, и делают это в более мягкой форме, избегают оказания прямого коммуникативного воздействия. Также они чаще, чем русские, делают комплименты, называемые некоторыми исследователями «коммуникативными подарками» [3. С. 225].

2. Русские в 3 раза чаще используют императивные конструкции, употребляют перформативные высказывания (в отличие от англичан). Советы русских коммуникантов в целом более прямолинейны и категоричны.

3. Англичане чаще, чем русские, предоставляют собеседнику возможность выбора действия.

4. В ситуациях статусного неравенства ядерной репликой английских коммуникантов являются *вопросительные высказывания* (в среднем 21,5%), русские респонденты употребляют *побудительные высказывания* (около 78%) как основной способ выражения непрошеного совета. Вопросительные конструкции русскими коммуникантами практически не использовались.

5. Около 20% всех высказываний английских коммуникантов имеют одно и то же семантическое ядро *It's up to you* (Это зависит от тебя). Данный тип высказывания, несомненно, не может быть расценен как непрошенный совет. В русском материале подобные реплики составляют 3%.

В рамках формата данной статьи не представляется возможным детальное описание всех ситуаций общения. В качестве примера рассмотрим «Совет прохожему, как пройти до аптеки». Ситуация была смоделирована таким образом, что для выражения совета от респондента требовалось вначале вмешаться в разговор двух посторонних людей («Вы услышали разговор двух людей, один из которых показывает другому дорогу в аптеку в совершенно противоположном направлении»). Как отмечалось выше, 56% англичан и 21% русских не сочли возможным вмешаться в этот разговор (см. гистограмму).

В *английской коммуникации* семантическим ядром высказывания являются конструкции, содержащие информацию о месте нахождения объекта (аптеки), типа *It's this way* / (Это — сюда. / Это — в ту сторону.). При сопоставлении отве-

тов мы обнаружили, что почти 100% англичан, решивших вмешаться в разговор, сначала извинялись: *Excuse me, I think it's there* (Извините, я думаю, что это — там.), русские коммуниканты делали это примерно *в 3 раза реже* (*Извините, но аптека — это в противоположную сторону*). Англичанами также использовались высказывания, содержащие императив, средства модальности, оценку и гипотезу; употреблялись вопросительные конструкции. Несмотря на это, общее число подобных реплик весьма незначительно, поскольку более половины респондентов отказались от выражения совета. Интересно, что несколько английских респондентов дополнительно указали в своих анкетах, что, возможно, они обратились бы к человеку, ищущему аптеку, но только *после* того, как уйдет его собеседник, неправильно указавший дорогу. Это говорит о стремлении англичан всегда «сохранять лицо», как свое, так и других, корректном и вежливом поведении со всеми участниками коммуникации.

В *русской коммуникации* семантическим ядром ответа также является повествовательное предложение, содержащее информацию о месте нахождения аптеки (33%), однако часто подобные реплики содержали также эмфатические высказывания, содержащие возражения и критику: *Да вы что! / Что вы! Это совсем в другую сторону!* (таких реплик было 13%).

Основное различие в поведении английских и русских коммуникантов также заключалось в употреблении императивов: русские использовали их в 11 раз чаще, чем англичане (22% и 2% соответственно): *Идите в эту сторону! Аптека — там! / Не слушайте его, аптека — совсем в другом направлении!*

Другим отличием русского коммуникативного поведения от английского следует считать более высокую частотность (в 2,5 раза) модальных высказываний, однако такие реплики содержали в основном слова со значением облигаторности *надо/нужно/должен*, а также значительное число реплик содержали оценку (в 5 раз чаще, чем в английском материале — 15% и 3% соответственно).

Различия в использовании языковых средств в данной ситуации общения позволяют нам сделать вывод о том, что коммуникативные стратегии, используемые англичанами и русскими, также различны. Англичане используют стратегии: *выражайтесь косвенно, минимизируйте степень воздействия на собеседника, выводите говорящего и слушающего из дискурса, извиняйтесь*. Русские коммуниканты чаще, чем англичане, использовали следующие стратегии: *выражайтесь прямо, проявляйте внимание к собеседнику*. Для русских коммуникантов приоритетом была информация (т.е. содержание высказывания), англичане большее внимание уделяли форме.

На основании вышеизложенных фактов мы утверждаем, что представители русской культуры оценивают речевой акт *Совет* как социально-позитивный акт, что и дает им право выражать совет более прямо и категорично и это не воспринимается собеседниками как нарушение коммуникативных норм. Наличие концепта *privacy* в английской культуре и его лакунарность в русском сознании, с одной стороны, и наличие концепта *соборность* в русском коммуникативном сознании, отсутствие этого концепта в английском сознании — с другой, предопределяют правила общения в коммуникативном поведении англичан и русских.

Приоритетность дистанцирования как одна из доминантных черт коммуникативного поведения англичан противостоит *стремлению к сближению* коммуникантов в русской коммуникации. Во всех рассмотренных ситуациях в английском коммуникативном поведении прослеживается тенденция к минимизации воздействия на адресата, особенно показательны те ситуации общения, где информантам предлагалось дать непрошенный совет. Кроме того, тот факт, что англичане демонстрируют нежелание вмешиваться в чужую жизнь, анализ использования языковых средств в этих ситуациях также позволяет нам получить ясную картину об их предпочтениях в коммуникативном поведении.

Думается, что основное прагматическое значение, которое подразумевалось в полученных ответах английских респондентов, напрямую связано со стратегиями отдаления: не обидеть непрошеным вмешательством, предоставлять собеседнику возможность самому найти решение проблемы, а не навязывать свое мнение.

В русском коммуникативном поведении, помимо указанных доминантных черт, прослеживается явное *желание помочь* собеседнику, невзирая на форму выражения совета, порой слишком прямолинейную и категоричную. В то же время нельзя утверждать, что все русские коммуниканты любят давать непрошенные советы, поскольку, как показали наши данные, русские весьма неохотно принимают советы от других людей и не во всех коммуникативных контекстах они готовы советовать сами. Тем не менее, стоит подчеркнуть, что в отличие от англичан, русские в большей степени толерантны к непрошеным советам и видят в них не столько вмешательство, сколько проявление взаимопомощи.

Выявленные различия в коммуникативном поведении представителей сопоставляемых культур позволяют сделать следующие выводы:

— советы англичан в большей степени *имплицитны* по форме, чем советы русских; предпочтение отдается не прямым, а *косвенным* способам выражения совета; англичане дают советы реже, чем русские, стремятся не допустить вмешательства в зону *privacy*, в результате чего стиль английской коммуникации является *неимпозитивным*;

— советы русских в большей степени *эксплицитны*, чем советы англичан; представители русской лингвокультуры в основном используют *прямые* способы выражения совета; русские коммуниканты дают советы чаще, чем англичане; они также более толерантны, чем англичане, к прошеным и непрошеным советам, менее дистанцированы к собеседникам, особенно к своим близким и друзьям.

Понимание специфики коммуникативного поведения народа является способом адекватно понять коммуникативные интенции представителей разных лингвокультур и способствует формированию межкультурной коммуникативной компетенции.

Представляется перспективным дальнейшее изучение других речевых актов в межкультурном аспекте, поскольку выявление коммуникативных доминант в той или иной культуре позволяет избежать коммуникативных неудач и провалов в межкультурном общении.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Архипенкова А.Ю.* Выражение совета в английской и русской коммуникативных культурах: Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2006.
- [2] *Карасик В.И.* Язык социального статуса. — М.: Ин-т языкознания РАН, 1992.
- [3] *Ларина Т.В.* Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: Монография. — М.: Изд-во РУДН, 2003.
- [4] *Храковский В.С., Володин А.П.* Семантика и типология императива. Русский императив. — Л., 1986.
- [5] *Brown P., Levinson S.D.* Universals in language: politeness phenomena // Ester Goody (ed.). Questions and Politeness: strategies in social interaction. — New York: Cambridge University Press, 1978.
- [6] *Hofstede G.H.* Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. — Beverly Hills CA: Sage Publications, 1984.
- [7] *Leech Geoffrey N.* Principles of pragmatics. — London and New York: Longman, 1983.

ADVICE IN LANGUAGE AND COMMUNICATION

A.Y. Arkhipenkova

Department of Foreign Languages
Peoples' Friendship University of Russia
Miklucho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article examines differences in communicative strategies and linguistic means used by English and Russian speakers in various situations and defines main communicative strategies in advice giving.

Key words: solicited advice, unsolicited advice, communicative strategies, linguistic means, giving advice.