

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ АНГЛИЧАН И РУССКИХ В ОТДЕЛЬНОЙ СИТУАЦИИ ОБЩЕНИЯ «СОВЕТ ДРУГУ»

А.Ю. Архипенкова

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

В статье на примере конкретной ситуации общения показаны различия в коммуникативных стратегиях и языковых средств, используемых представителями английской и русской лингвокультур, и предлагаются правила для русских коммуникантов при их общении с англичанами.

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

В процессе обучения иностранным языкам основной задачей, стоящей перед преподавателями, является подготовка специалистов, умеющих соотносить языковую форму исходного языка со стоящим за ним содержанием, а также понимать национально-культурные особенности коммуникативного поведения представителей той или иной лингвокультуры.

Перевод не только с языка на язык, но и «с культуры на культуру» [4. С. 6] не поддается никакой алгоритмизации; невозможно также выучить все речевые формулы в различных ситуациях общения во избежание коммуникативных ошибок, провалов, культурного шока; вот почему наиболее перспективным представляется изучение национальных стилей коммуникации, которые представляют собой совокупность доминантных черт коммуникативного поведения народов.

Помимо полного описания и детального сопоставления национальных стилей вербальной коммуникации представляется необходимым выявление и систематизация тех факторов, которые обуславливают выбор коммуникативных стратегий и языковых средств коммуникантами. Таковыми, по мнению многих исследователей, являются типы культур, различия в коммуникативном сознании, особенности социокультурных отношений и формируемые ими культурные и коммуникативные ценности.

Для иллюстрации вышесказанного проанализируем коммуникативное поведение англичан и русских в ситуации «совет другу». 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) [3].

Участникам эксперимента было предложено дополнить мини-диалоги репликами, являющимися, по мнению информантов, наиболее естественными в данной ситуации общения. Необходимо уточнить, что в рамках анализа коммуникативного поведения в данной ситуации респондентам было предложено два мини-диалога, один из которых содержал просьбу о совете, т.е. рассматривался как *прошенный* совет, второй мини-диалог был смоделирован таким образом, чтобы у участников эксперимента была возможность выбирать: давать совет или нет, т.е. нами рассматривалась реализация *непрошеного* совета.

Для исследования *прошеного* совета предлагалась ситуация «совет подруге что предпринять, если ее приятель внезапно прекратил общение и исчез». Сопоставительный анализ показал, что в целом английские и русские коммуниканты в данной ситуации общения ведут себя весьма похожим образом: некоторые советуют набраться терпения и подождать, другие — разорвать с приятелем все отношения, дают позитивную оценку подруге и негативную — ее пропавшему другу. Тем не менее имеются существенные различия, которые свидетельствуют о том, что такие понятия, как *прямолинейность*, *право на импозицию* (оказание прямого воздействия на адресата — термин Т.В. Лариной [5. С. 258], имеют свою культурную специфику.

Прагматическое и семантическое значение высказываний, судя по нашим данным, может не совпадать. Главным образом это касается английских советов:

Suppose you could call him (Полагаю, ты могла бы ему позвонить) / I'm not sure, perhaps you could wait a little (Я не уверена, вероятно ты могла бы немного подождать) / Would you like to call him yourself? (Ты хотела бы позвонить ему сама?) / Do you feel he wants to be contacted? (Ты чувствуешь, что он хочет, чтобы с ним связались?).

Таким образом, английские коммуниканты стремились снизить давление на адресата, часто их высказывания содержали субъективное мнение говорящего, что говорит об использовании стратегий негативной вежливости (*выражайтесь косвенно, предоставляйте слушающему право выбора, задавайте вопросы*) [1. С. 129].

Среди ответов русских респондентов подобные высказывания не встречались. Думается, что такие реплики едва ли воспринимались бы русскими коммуникантами как советы. Очевидно, что, давая совет, русский говорящий уверен, что адресат «выиграет» от совершения этого действия, ему выгодно поступить так, а не иначе, поэтому чем более прямо звучит совет, тем больший прагматический эффект он имеет.

Обобщим полученные результаты по данной ситуации общения. Большинство английских коммуникантов использовало императивные конструкции (69%):

Dump him, you can find better (Брось его, ты можешь найти лучше) / Try calling him once and see if he's OK (Попробуй позвонить ему как-нибудь и убедиться, все

ли с ним в порядке) / Call your boyfriend yourself (Позвони своему другу сама) / Forget about him, find someone else (Забудь о нем, найди кого-нибудь другого).

На втором месте по частотности использования находятся вопросительные высказывания — на их долю приходится 15% от общего числа ответов английских респондентов, например:

Do you feel you should call him? (Ты чувствуешь, что тебе следует ему позвонить?) Why not just call him? (Почему бы просто не позвонить ему?) Do you think you could just call him? (Ты думаешь, ты могла бы ему просто позвонить?)

Английскими респондентами также употреблялись модальные высказывания (7%) и реплики, содержащие сослагательное наклонение (5%):

I think you can call him (Я думаю, ты можешь позвонить ему) / You could call him (Ты могла бы ему позвонить) / Perhaps you should call him and then decide what to do (Вероятно, тебе следует позвонить ему, а затем решить, что делать) / In your place I would think about someone else (На твоём месте я бы подумала ещё о ком-нибудь) / If I were you I would dump him (Если бы я была на твоём месте, я бы его бросила).

Остальные ответы оказались столь разнообразными, что классифицировать их сложно, поскольку часть реплик не являются советами вообще. Интересно также отметить, что 2% англичан затруднились дать какой-либо совет в данной ситуации, несмотря на наличие запроса заинтересованного лица.

Сравнивая эти показатели с данными, полученными в результате анкетирования русских респондентов, прежде всего, необходимо отметить, что процент использования императивных конструкций русскими коммуникантами гораздо выше. Так, 81% представителей русской коммуникативной культуры отдали предпочтение императивам (Позвони сама! / Расслабься и не думай о нем / Подожди, все прояснится / Не паникуй! Он позвонит!). Наряду с употреблением побудительных высказываний русские коммуниканты иногда допускали также ещё большую настойчивость: более половины ответов содержали отрицательный императив и усиление *ни в коем случае*:

Ни в коем случае не звони ему сама! / Подожди звонка, но сама не звони. Ни в коем случае! / Не раскисай из-за ерунды и ничего не предпринимай — сам объявится!

Учитывая наличие такого большого числа отрицательных императивов, категоричность высказываний русских коммуникантов очевидна, а значит степень импозиции в русском коммуникативном поведении гораздо выше, чем в английском. Этот факт также подтверждает наличие перформативных высказываний (5%) в русском материале, которые использовались не только в сослагательном наклонении, но и в изъявительном, в то время как английскими респондентами подобные высказывания не употреблялись:

Я бы посоветовал тебе подождать / Советую тебе ничего не предпринимать / Мой совет — оставь все как есть.

Гораздо реже в ответах русских респондентов присутствовали другие речевые модели: вопросительные (6%) (Ты не хочешь сама ему позвонить и все вы-

яснить?), модальные (4%) высказывания (Я думаю, тебе следует его забыть), а также реплики, содержащие условное наклонение (4%) (Я бы на твоём месте успокоилась и нашла бы себе кого-нибудь другого).

Суммируя результаты проведенного эксперимента, подчеркнем, что русские коммуниканты значительно реже (в 2,5 раза), чем английские используют вопросительные конструкции в данной ситуации, почти в 2 раза реже употребляют модальные высказывания, не наблюдалось также случаев отказа (затруднения) дать совет среди русских информантов.

Говоря о стратегиях, реализованных русскими коммуникантами, необходимо обозначить тот факт, что предложенные П. Браун и С. Левинсоном «универсальные» стратегии вежливости в русской культуре используются значительно реже. Судя по нашим данным, для русского коммуникативного поведения в этой ситуации общения были характерны такие стратегии, как *выражайтесь прямо, оказывайте воздействие на адресата*.

Несмотря на то, что в данной ситуации общения предполагаются близкие отношения между коммуникантами, англичане чаще стремились *минимизировать угрозу потери лица* [2. С. 56] (известно, что *совет* является в английской коммуникации опасным речевым актом, который может быть расценен как покушение на независимость собеседника). В результате сопоставительного анализа коммуникативного поведения англичан и русский в данной ситуации общения мы заключаем, что ***степень воздействия на собеседника в английской коммуникации меньше, чем в русской***: англичане чаще используют косвенные формы выражения совета, предоставляют собеседнику возможность отказаться от побуждаемого действия.

Формирование у учащихся дискурсной компетенции предполагает знание стратегий, типичных для данной культуры, поэтому при обучении иностранному языку следует обозначить факторы, влияющие на выбор языковых средств, объяснять использование тех или иных коммуникативных стратегий. В данном случае нужно сказать, что ввиду наличия зоны *privacy* в английской культуре горизонтальная дистанция значительно длиннее, чем в русской. На основе различий в типах культур (английской — индивидуалистической и русской — коллективистской), исторически сложившихся типах дистанций формируются разные коммуникативные и культурные ценности. Эти различия наряду с лакуарностью таких концептов, как *PRIVACY* и *СОБОРНОСТЬ* в сопоставляемых культурах дают нам ключ к пониманию многих особенностей коммуникативного поведения англичан и русских.

Итак, основные различия в реализации прошенного совета в английской и русской коммуникации касались:

- большей вариативности речевых формул в английском материале;
- совпадения (несовпадения) прагматики и семантики высказываний-советов;
- частотности употребления побудительных высказываний;
- использования коммуникативных стратегий.

Для исследования непрошеного совета предлагалась ситуация «совет другу в выборе подарка». Напомним, что в мини-диалоге, предложенном респонден-

там, предоставлялась возможность не давать совета, если, по мнению информантов, этого не требуется. Нами также было предложено информантам оценить степень допустимости этого совета.

Как показали наши данные, отсутствие просьбы о совете существенно повлияло на полученные результаты анкетирования. Так, 14% английских информантов, отказались от *непрошеного* совета, в то время как все 100% русских респондентов что-либо советовали в данной ситуации общения. Также представляется интересным тот факт, что 27% английских коммуникантов расценивают совет другу в этой ситуации как «слишком деликатное», иногда и вовсе «неприемлемое» действие, а среди русских респонденты проявили удивительное единодушие — 100% опрошенных считают этот совет «допустимым» и «естественным».

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 прослеживается явное желание помочь собеседнику, невзирая на способ выражения совета.

Сопоставляя полученный материал, первое, что следует отметить — это различия в ядерных репликах информантов. Семантическим ядром высказывания в английской коммуникации является *вопрос о намерении собеседника совершить какое-либо действие*, который, как показал анализ, имел следующие разновидности:

— вопрос о желании адресата совершить действие:

Would you like to go to another shop? Ты хотел бы пойти в другой магазин?

С точки зрения прагматики данное высказывание, скорее всего, не вопрос о желании совершить действие, а предложение, побуждение (Ср. *Сходи / Давай сходим в другой магазин*);

— вопрос о желании получить помощь со стороны говорящего:

Would you like me to help you? — Ты хотел бы, чтобы я тебе помог?

— вопрос о наличии у адресата сходного мнения с предлагаемым действием:

Do you think it might be an idea to give them a gift voucher? — Не думаешь ли ты, что можно было бы дать им подарочный сертификат? / Why don't we have a break then come back? What d'you think? — Почему бы нам не сделать перерыв, а затем вернуться? Как ты думаешь?

Наибольшую частотность составили специальные вопросы, задаваемые информантами с целью уточнить предпочтения человека, которому собираются вручить подарок:

What sort of things does he like? (Какие вещи ему нравятся?) / What is he interested in? (Чем он интересуется?) / What hobbies does he have? (Какие у него увлечения?) / What would he prefer? (Что бы он предпочел (получить)?

Анализируя полученные данные, у нас сложилось впечатление, что в данной ситуации англичане стремились «подтолкнуть» собеседника к решению имеющейся проблемы, задавая так называемые «наводящие» вопросы и избегая прямого

указания на то, как следует поступить. Количество вопросительных конструкций составляет 34% от общего числа опрошенных, что практически в два раза больше, чем в русском материале.

Интересно, что часть английских и русских респондентов относительно одинаково реагировали на заданную нами ситуацию. Так, 28% англичан предпочли использовать императивные конструкции:

Get her perfume (Купи ей духи) / Give him a gift voucher (Дай ему подарочный сертификат) / Give them money (Подари им деньги),

а частотность подобных высказываний в русском материале составила 32%:

Покупай то, что подарила бы себе / Отдай подарок деньгами / Подари ей лучше книгу.

Третью группу по частотности высказываний английских респондентов составили реплики, содержащие модальные конструкции и единицы субъективной модальности (20%):

I think you could ask him what he would like to have (Мне кажется ты мог бы его спросить, что бы ему хотелось иметь) / I think you should give him a gift voucher (Я думаю тебе следует дать ему подарочный сертификат).

Опираясь на результаты эксперимента, можно заключить, что в данной ситуации общения английские респонденты используют следующие стратегии: *задавайте вопросы, будьте уклончивы, предоставляйте собеседнику возможность выбора, выражайтесь косвенно*. Большое разнообразие речевых формул, подразумевающих наличие права выбора у адресата в отношении следования совету, обусловлено стремлением английских коммуникантов *снизить коммуникативное воздействие на слушающего*.

Ядерной репликой в русской коммуникации является **побуждение со значением совместного действия**. Так, 40% опрошенных респондентов использовали подобные конструкции, которые в основном начинались с глагола совместного действия:

Давай купим вот ту штуку и пойдем! / Пойдем в другой магазин / Давай подумаем вместе, что ему купить / Пошли отсюда, я знаю хороший магазин, где ты точно купишь подарок!

В английской коммуникации, по нашим данным, общее число подобных реплик составило всего 5%.

Нужно отметить, что русские респонденты значительно реже использовали вопросительные высказывания в качестве совета (17%):

Ты хотел бы подарить ему что-то особенное? / Тебе помочь выбрать ему подарок? / Может, проще подарить ему деньги?

Наиболее редко в русской коммуникации использовались речевые формулы, содержащие модальные конструкции (10%).

Таким образом, в этой ситуации русскими коммуникантами в основном использовались следующие стратегии: *выражайтесь прямо, предлагайте помощь, включайте говорящего и слушающего в действие*. Суммируя полученные дан-

ные, можно сделать вывод о том, что наличие побуждения в русской коммуникации как доминантной формы выражения непрошеного совета является еще одним примером отражения коллективистского мировоззрения. Объединение говорящего со слушающим, безусловно, является *стратегией сближения*, что нетипично для коммуникативного поведения англичан в данной ситуации общения.

Проведенный сопоставительный анализ свидетельствует о том, что основные различия в коммуникативном поведении англичан и русских касаются использования коммуникативных стратегий и языковых средств. Необходимо объяснять учащимся, что в русской культуре речевой акт «совет» часто можно расценивать как проявление солидарности, взаимовыручки, тогда как в английской культуре совет (особенно непрошенный) всегда связан с покушением на независимость, личную автономию собеседника. Более широкое распространение непрошенных советов в русской коммуникативной культуре, по сравнению с английской, свидетельствует о большей коммуникативной вовлеченности представителей русской лингвокультуры; используемые ими коммуникативные стратегии свидетельствуют о стремлении продемонстрировать внимание, расположенность к собеседнику.

Данное различие обусловлено особенностями социокультурных отношений, характерных для сопоставляемых культур. Если в английской культуре демонстрация уважения собеседнику выражается в табуированности оказания прямого коммуникативного воздействия (*будьте косвенны*), то в русской культуре доминантной чертой коммуникативного поведения является *коммуникативная естественность* [5], которая подразумевает прямолинейность, однозначность, совпадение формы и содержания высказывания. Иными словами, продемонстрировать уважение к собеседнику в русской культуре — значит открыто выразить свое мнение, говорить прямо о своих желаниях, поскольку речевой акт «совет» предполагает выгоду слушающего от побуждаемого действия. Приоритетность дистанцирования как одна из доминантных черт коммуникативного поведения англичан противостоит стремлению к сближению коммуникантов в русской коммуникации.

Данные различия позволили сформулировать следующие коммуникативные правила, которые могут послужить рекомендацией для русских коммуникантов при их общении на английском языке.

Давая советы, убедитесь, что вас об этом действительно просят; старайтесь никогда не указывать, что делать вашему собеседнику; помните, что вы можете только выразить свое собственное мнение; для этого следует избегать употребления императивных конструкций, глаголов *must(mustn't)*, *have to*, *advise*, *recommend*, не следует также использовать различные слова-интенсификаторы, типа *straight away*, *right now*, *immediately*, *certainly* и т.д.; для того, чтобы не выглядеть грубым в глазах английского собеседника, оформляйте свой совет в виде вопроса, широко используйте глаголы *should*, *can*, *could* и средства субъективной модальности, например, *I think*, *I suppose*, *perhaps*, *maybe*, *probably*, используйте также сослагательное наклонение; помните, что в английской коммуникации не принято навязывать советы даже близкому другу; не пытайтесь также контролировать собеседника относительно следования вашему совету.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Brown, Penelope and Stephen D. Levinson.* Politeness: Some universals in language usage. — Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- [2] *Leech Geoffrey N.* Principles of pragmatics. — London and New York: Longman, 1983.
- [3] *Архипенкова А.Ю.* Выражение совета в английской и русской коммуникативных культурах: Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2006.
- [4] *Красных В.В.* Основы психолингвистики и теории коммуникации. — М.: Гнозис, 2002.
- [5] *Ларина Т.В.* Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: Монография. — М.: Изд-во РУДН, 2003.
- [6] *Прохоров Ю.Е., Стернин И.А.* Русское коммуникативное поведение. — М., 2002.

COMPARATIVE ANALYSES ON ENGLISH AND RUSSIAN SPEAKERS' COMMUNICATIVE BEHAVIOR IN PARTICULAR SITUATION «GIVING ADVICE TO A FRIEND»

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 a particular situation and suggests communicative rules for the Russians when speaking English

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