

Коммуникативное поведение

Вып. 17

Вежливость
как коммуникативная категория

Научное издание

Воронеж
2003

Сборник представляет собой очередную, 17-ую публикацию межрегионального Центра коммуникативных исследований Воронежского университета в рамках проекта РОПРЯЛ «Коммуникативное поведение».

Данный сборник посвящен описанию одной из центральных категорий коммуникативного поведения – категории вежливости.

Рассматриваются теоретические аспекты изучения категории вежливости, содержание данной категории в различных коммуникативных культурах, проблема формирования коммуникативной категории вежливости в коммуникативном поведении носителей языка.

Для филологов, преподавателей русского языка, преподавателей русского языка как иностранного, иностранных языков, педагогов, специалистов в области межкультурной коммуникации и коммуникативного поведения.

Научный редактор – профессор И.А.Стернин

Редакционная коллегия:

доц. Грищук Е.И., доц. Лемяскина Н.А., доц. Ларина Т.В., доц. Милехина В.И., проф. Попова З.Д., к.ф.н. Чернышова Е.Б.

Компьютерная верстка и оригинал - макет – И.А.Стернин

Работа выполнена при финансовой помощи программы поддержки ведущих научных школ МО РФ 2003 г.

© Коллектив авторов;

© Межрегиональный

Центр коммуникативных исследований
Воронежского ГУ

Коммуникативное поведение. Вып.17. Вежливость как коммуникативная категория. / Научный ред. И.А.Стернин. Воронеж, изд-во «Истоки», 2003 г. 200 экз.172 с.

ISBN

О проекте «Коммуникативное поведение»

Под коммуникативным поведением понимается совокупность норм и традиций общения определенной лингвокультурной общности – народа, группы, личности.

Термин *коммуникативное поведение* в указанном смысле был введен в 1989 г. (И.А.Стернин. О понятии коммуникативного поведения // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*. Halle, 1989, S. 279 – 282). Но еще в 70-80-ых г.г. сектором психолингвистики Института языкоznания АН СССР были выпущены три сборника: Национально-культурная специфика речевого поведения. М., 1977; Национально-культурная специфика общения народов СССР. М., 1982; Этнопсихолингвистика. М.1988. В этих сборниках впервые предпринималась попытка описать национальные особенности общения разных народов. К сожалению, эта серия дальнейшего развития не получила.

В 1989 г. в Галле (ГДР) публикуется брошюра И.А.Стернина «Очерк русского коммуникативного поведения», в которой впервые предпринята попытка системного описания коммуникативного поведения одного народа.

С начала 90-ых г.г. в Воронеже в рамках проекта кафедры общего языкоznания и стилистики ВГУ «Коммуникативное поведение» начинается разработка проблематики, связанной с изучением и описанием коммуникативного поведения разных народов, начинают появляться статьи на данную тему, начинает выходить серия публикаций по национальному, а затем возрастному гендерному и профессиональному коммуникативному поведению.

С 1994 г. кафедрой общего языкоznания и стилистики Воронежского ГУ выпускается сборник «Культура общения и ее формирование», в котором публикуются тезисы и материалы докладов одноименной ежегодной региональной научной конференции. В каждом сборнике представлен раздел «Национальные, социальные и возрастные особенности общения», включающий публикации по национальному, возрастному, социальному и гендерному коммуникативному поведению. Эти и другие публикации отражены в указанной ниже библиографии О.В.Высочиной.

В середине 90-ых г.г. в Воронеже начинается подготовка диссертационных исследований по проблемам коммуникативного поведения.

Основными направлениями поведения в диссертационных национального (С.В.Никитина, К.М.Шилихина, М.В.Шаманова, С.В.Меликян, А.О.Стеблецова, О.В.Высоцина) и возрастного коммуникативного поведения (А.И.Марочкин, Н.А.Лемяскина, Е.Б.Чернышова). Тематика защищенных диссертаций такова:

Марочкин Александр Игнатович. Лексико-фразеологические особенности молодежного жаргона (на материале речи молодежи г. Воронежа). 1998.

Никитина Светлана Валентиновна. Национальная специфика текста промышленной рекламы (на материале русскоязычных и англоязычных периодических изданий по вычислительной технике). 1998.

Шилихина Ксения Михайловна. Вербальные способы модификации поведения и эмоционально-психологического состояния собеседника в российской и американской коммуникативных культурах. 1999.

Лемяскина Наталья Александровна. Коммуникативное поведение младшего школьника. 1999г.

Шаманова Марина Владимировна. Лексико-фразеологическое поле “общение” в современном русском языке. 2000.

Меликян Светлана Вячеславовна. Речевой акт молчания в структуре общения. Воронеж, 2000.

Стеблецова Анна Олеговна. Национально-культурная специфика делового текста (на материале английского и русского языков).2001.

Высоцина Ольга Владимировна. Понимание значения иноязычного слова (психолингвистическое исследование).2001.

Чернышова Елена Борисовна. Коммуникативное поведение дошкольника (психолингвистическое исследование). 2001.

Появляются первые библиографии работ по коммуникативному поведению:

1. Высоцина О.В. Исследования по проблемам коммуникативного поведения, опубликованные членами воронежской проблемной группы «Коммуникативное поведение» в 80-90-ых г.г.// Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1. Воронеж, 2000, с. 88-98 (описаны 180 публикаций);

2. Публикации кафедры межкультурной коммуникации РГПУ им. Герцена. Проблемы коммуникативного поведения, этнического менталитета и национально ориентированной методики обучения РКИ // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 2. СПб., 2001, с.159-161 (описаны 27 публикаций);

3. Исследования, опубликованные членами проблемной группы «Коммуникативное поведение» по проблемам американского коммуникативного поведения // Очерк американского коммуникативного поведения. Воронеж, 2001, с. 196-198 (описаны 25 публикаций).

Количество исследований в области национального, возрастного, гендерного, профессионального коммуникативного поведения разных народов быстро растет, что свидетельствует об актуальности и перспективности данного научного направления.

Создание РОПРЯЛ в конце 90-ых г.г. заметно стимулировало исследования в области коммуникативного поведения, и изучение коммуникативного поведения начинает расширяться, вовлекая в свою орбиту новых исследователей, а также включая в предмет исследования гендерное, возрастное и профессиональное коммуникативное поведение.

Российское общество преподавателей русского языка и литературы определило исследование коммуникативного поведения как одно из приоритетных научных направлений в своей деятельности. В рамках данного научного направления, которое получило название «Коммуникативное поведение (народ, группа, личность)» (руководители И.А.Стернин, Ю.Е.Прохоров), ставится цель - *исследование коммуникативного поведения как интегрального компонента национальной, групповой и личностной культур.*

Задачами исследования являются:

- * теоретическая разработка понятия коммуникативного поведения;
- * разработка принципов и методик изучения и описания коммуникативного поведения;
- * разработка моделей описания коммуникативного поведения;
- * практическое описание коммуникативного поведения личности, коммуникативного поведения возрастных, социальных, профессиональных и гендерных групп, территориальных общностей, национального коммуникативного поведения различных народов;
- * разработка методики обучения национальному коммуникативному поведению в процессе обучения языку как иностранному, а также разработка проблемы формирования социально-адекватного коммуникативного поведения представителей различных социальных групп и отдельных личностей;
- * исследование проблемы толерантного коммуникативного поведения личности и его формирования.

В рамках направления созданы несколько секций.

Секция № 1 “Национальное коммуникативное поведение” ставит перед собой следующие задачи:

- Разработка моделей описания национального коммуникативного поведения.
- Изучение и описание основных особенностей русского коммуникативного поведения как отражения русского менталитета, национального характера и стереотипов русского поведения.
- Описание типичных особенностей коммуникативного поведения русского человека, проявляющихся в его повседневной коммуникативной практике в стандартных коммуникативных ситуациях и коммуникативных сферах.
- Контрастивное описание русского коммуникативного поведения в сравнении с коммуникативным поведением народов Европы, Америки, Азии, Ближнего Востока и др. стран.
- Разработка методик формирования у изучающих иностранный язык навыков адекватного понимания коммуникативного поведения народа страны изучаемого языка и овладения ими релевантными нормами национального коммуникативного поведения страны изучаемого языка.

Секция № 2 «Групповое и личностное коммуникативное поведение» ставит следующие задачи:

- Разработка моделей описания группового коммуникативного поведения.
- Описание коммуникативного поведения отдельных социальных, профессиональных, возрастных и гендерных групп населения России.
- Проблема оптимизации коммуникативного поведения отдельных групп населения
- Разработка моделей описания коммуникативного поведения отдельной личности.
- Описание коммуникативного поведения известных личностей прошлого и настоящего.
- Проблема формирования адекватного коммуникативного поведения личности в группе и в обществе в целом.

Координируют работу по данному направлению кафедра общего языкознания и стилистики Воронежского ГУ и ИРЯ им. Пушкина (Москва), а с 2002 г. - межрегиональный Центр коммуникативных исследований, созданный при факультете Воронежского ГУ.

В работе Центра, кроме кафедры общего языкознания и стилистики Воронежского университета, участвуют:

сектор психолингвистики и теории коммуникации Института языкоznания РАН;

кафедра педагогики и психологии Института русского языка им. А.С.Пушкина;

кафедра межкультурной коммуникации Российского ГПУ им.Герцена (СПб.);

центр теории и практики речевой коммуникации Высшей школы филологии и культуры Ярославского педагогического университета;

кафедра русского языка университета Ювяскюля (Финляндия);

кафедра славистики Белградского университета (Сербия);

этнографический институт Сербской академии наук и искусств (Белград);

институт экспериментальной фонетики и патологии речи (Сербия, Белград);

кафедра английского языка Воронежского университета;

кафедра французской филологии Воронежского университета;

кафедра современных языков и теории коммуникации Воронежского технического университета;

кафедра теории и практики коммуникации Воронежского областного института повышения квалификации и переподготовки работников образования.

К настоящему времени в серии «Коммуникативное поведение» опубликованы следующие тематические издания:

1. Стернин И.А. Очерк русского коммуникативного поведения. Галле. 1989. 59 с.
2. Стернин И.А. Модели описания коммуникативного поведения. Воронеж, 2000. 27 с.
3. Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1. /Ред.И.А.Стернин. Воронеж, 2000.100с.
4. Лемяскина Н.А., Стернин И.А.. Коммуникативное поведение младшего школьника. Воронеж, 2000. 12,2 п.л.
5. Русское и финское коммуникативное поведение. Вып.2. /Ред.И.П.Лысакова, И.А.Стернин. С-Пб., 2001.162 с.
6. Стернин И.А., Шилихина К.М. Коммуникативные аспекты толерантности. Воронеж, 2001.
7. Очерк американского коммуникативного поведения. /Ред. И.А.Стернин, М.А.Стернина. Воронеж, 2001.
8. Американское коммуникативное поведение. /Ред. И.А.Стернин, М.А.Стернина. Воронеж, 2001.

9. Русское и финское коммуникативное поведение. Вып.3. /Ред. И.А.Стернин. Воронеж, 2002.181 с.
10. Русское и французское коммуникативное поведение. Вып.1. /Ред. И.А.Стернин, Р.А.Ермакова. Воронеж, 2002.135с.
11. Русское и китайское коммуникативное поведение. Вып.1. /Ред. И.А.Стернин. Воронеж, 2002.76 с.
12. Русское и немецкое коммуникативное поведение. Вып. 1. /Ред.И.А.Стернин, Х.Эккерт. Воронеж, 2002.180 с.
13. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русское коммуникативное поведение. М., 2002. 277 с.
14. Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж. 2003. 184 с.
15. Sternina M., Sternin I. Russian and American Communicative Behavior. Voronezh, 2003. 93р.
16. Возрастное коммуникативное поведение.Вып.1./ Ред.И.А.Стернин, К.Ф.Седов. Воронеж, 2003. 252 с.

Во всех приведенных изданиях «Коммуникативное поведение» выступало как надзаголовок осуществлявшихся публикаций либо непосредственно входило в название работы.

Учитывая единую теоретическую основу, на которой много лет разрабатывается проект «Коммуникативное поведение», а также в целях систематизации проводимых исследований разных типов коммуникативного поведения, принято решение, начиная с данного сборника, все тематические публикации (сборники и монографии) в рамках данного проекта объединить под единым названием – «Коммуникативное поведение», последовательно нумеруя выпуски и обозначая в подзаголовке исследуемую в данном издании проблему. Таким образом, данный сборник в публикуемой серии получает порядковый номер 17. Последующие издания продолжат сквозную нумерацию.

17-ый выпуск исследований «Коммуникативное поведение» посвящен вежливости как коммуникативной категории. Вежливость традиционно рассматривается как категория этикета и речевого этикета; в данном сборнике предпринимается попытка осмыслить концепт *вежливость* как компонент национальной концептосферы и показать, что в коммуникативном сознании народа данный концепт имеет статус полноправной коммуникативной категории, которая имеет коммуникативную объективацию в самых разнообразных языковых и неязыковых средствах. Осмысление вежливости как коммуникативной категории не исчерпывает описания вежливости как

социокультурного феномена – вежливость более широкое понятие, чем ее коммуникативная составляющая, но осознание вежливости как коммуникативной категории позволяет проследить пути становления вежливости как категории сознания и наметить пути поэтапного формирования вежливости в коммуникативном поведении носителей языка; важность последней задачи для современного российского общества трудно переоценить.

И.А.Стернин,
научный редактор

Вежливость как предмет лингвистического изучения

Т.В.Ларина

Вежливость как предмет научного исследования

Вежливость представляет собой сложное социально-культурное явление. Она тесно связана с основными принципами социокультурной организации общества и межличностными отношениями, существующими между его членами, с их коммуникативным сознанием. Вежливость определяется набором социально-культурных ценностей, которыми руководствуются собеседники, удовлетворяя взаимные ожидания.

Вопросы, связанные с вежливостью и ее реализацией в разных культурах, интересуют специалистов многих гуманитарных наук, таких как психология, этнопсихология, культурология, антропология, психолингвистика, социолингвистика, прагматика, прикладная лингвистика, коммуникация и др., и это не случайно, так как они могут рассматриваться только на междисциплинарном уровне и в межкультурном аспекте.

Возросший интерес к «лингвистической» вежливости указывает на важность этого вопроса в человеческих взаимоотношениях в целом и в межкультурном общении в особенности. В настоящее время является широко признанным тот факт, что вербальная коммуникация - это не только обмен информацией, но также средство установления, поддержания и прекращения социальных отношений, демонстрация своего отношения к собеседнику. Чисто информативная речь является, скорее, исключением, чем правилом.

Вежливость является неотъемлемым компонентом межкультурной коммуникативной компетенции. 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.

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 1994; Agar 1994; Тер-Минасова 2000 и др.).

Вежливость является национально-специфической категорией, которую сложно определить однозначно, особенно в межкультурном аспекте, поскольку понимание вежливости у разных народов различно.

Вежливость как предмет научного исследования, как правило, связывают с культурой речи, речевым этикетом, которым традиционно уделяется большое внимание (Гольдин 1978, 1983, 2002; Формановская 1982, 1987, 1989, 2002; Граудина, Ширяев 1998; Милославский 2002 и др.). Последнее время наблюдается тенденция выделять вежливость в отдельную проблему, к которой проявляют интерес специалисты многих гуманитарных наук.

За последние 25 – 30 лет появилось большое количество статей и монографий по вопросам вежливости, в том числе в разных культурах (см. подробнее Ларина 2003). Эти многочисленные публикации свидетельствуют об огромном интересе, который вызывает у исследователей данная проблема, а также об отсутствии единства во взглядах на то, как следует определять вежливость, что она собой представляет и каковы механизмы ее действия в разных культурах.

Среди существующих концепций можно выделить несколько основных: вежливость как социальная норма; вежливость как речевые максимы, правила (Grice 1975; Lakoff 1972, 1973, 1975; Leech 1983); вежливость как «сохранение лица» (Goffman 1967, 1972; Brown & Levinson 1978, 1987; Scollon & Scollon 1981, 1983); вежливость как договор о ведении диалога (Fraser, Nolen 1981, Fraser 1990); вежливость как такт (Janney & Arndt 1992); вежливость как этическая и прагмалингвистическая категория (Формановская 1998); вежливость как оценка статуса человека (Карасик 2002).

В рамках статьи не представляется возможным охарактеризовать каждую из названных концепций, кратко остановимся на некоторых из них.

Взгляд на вежливость как на социальную норму (*the social – norm view*) предполагает, что действия, соответствующие этикетным нормам, расцениваются как вежливые, те, что не соответствуют им, считаются грубыми. Данная концепция не получила широкого признания (см. Fraser 1990).

При таком взгляде на вежливость последняя рассматривается как соблюдение социальных норм поведения, которые существуют в каждом обществе и содержатся в книгах по этикету, как, например, «избегайте тем, связанных с событиями или обстоятельствами, которые могут быть восприняты болезненно» (*“avoid topics which may*

be supposed to have any direct reference to events or circumstances which may be painful" – цитата из "Ladies' Book of Etiquette and Manual of Politeness") (цит. по Kasher 1986).

Действия, соответствующие этикетным нормам, расцениваются как вежливые, те, что не соответствуют им, считаются грубыми. Такой взгляд на вежливость исторически связывает ее со стилем речи, когда чем выше формальность общения, тем выше степень вежливости. Однако проведенные в этом направлении эксперименты показали, что формальность в неформальной обстановке воспринимается не как вежливость, а как грубость, (Fraser, 1990, с. 221; Thomas 1995), принцип правильности не должен противоречить принципу уместности (Орлов 1991, с.87).

Взгляд на вежливость как речевые максимы, правила (the conversational-maxim view) связан прежде всего с именами П.Грайса, Р.Лакофф, Дж.Лича.

В своей работе *Logic and Conversation* («Логика и речевое общение», 1985), написанной в 1967 году и изданной в 1975, П. Грайс впервые попытался сформулировать правила, которым следуют собеседники в процессе общения. П. Грайс исходил из того, что собеседники заинтересованы в эффективности передачи информации. Он выдвинул идею о том, что коммуниканты в процессе обмена информацией сотрудничают друг с другом, внося свой вклад в построение и протекание дискурса.

Этот широко известный принцип кооперации, сотрудничества (*co-operative principle*) включает 4 постулата: количества, качества, отношения и манеры речи. Каждый из них состоит из более специфичных максим, которые регулируют речевое поведение: сообщай столько информации, сколько требуется для осуществления конкретных целей общения; не говори больше, чем требуется; не говори того, что наверняка неверно; выражай свои мысли ясно; избегай неточности выражения; избегай неоднозначности; будь краток (избегай ненужного многословия); излагай свои мысли четко.

Эти максимы речевого общения являются руководством к рациональному использованию языка и качественно отличаются от правил грамматики. Если нарушение правил грамматики свидетельствует о незнании языка, нарушение речевых максим может быть воспринято как сигнал об определенных намерениях говорящего. В одной ситуации возможно использование нескольких максим.

П. Грайс не претендовал на то, что его свод правил речевого общения является полным. По его мнению, помимо перечисленных, возможны и другие максимы эстетического, морального, социального

характера, такие, как «будь вежлив» (Grice 1975, с.47). Он также признавал, что выделенные им правила нацелены на эффективность и информативность и не принимают во внимание экспрессивный аспект речи. Они, скорее, подходят для делового, а не повседневного общения. Однако, как отмечалось, целью повседневного общения является не только эффективная передача информации, т.е *трансакциональное общение*, но и *интеракциональное общение*, нацеленное на установление межличностного контакта (Орлов 1991, с. 89).

Говоря об универсальности выделенных максим, П. Грайс подчеркивал, что они составляют «разумное» (reasonable), «рациональное» поведение, не уточняя при этом, что имеется в виду.

Идея об универсальности максим была подвергнута критике со стороны Д.Хаймса, который подчеркивал, что в каждом обществе есть свои представления о количестве, качестве, релевантности и ясности речи (Hymes 1986, с.73). Именно поэтому во многих культурах данные максимы регулярно нарушаются, что находит подтверждение в многочисленных межкультурных и кросскультурных исследованиях, проведенных со временем выхода работы П.Грайса.

Р.Лакофф одной из первых попыталась применить постулаты П.Грайса при рассмотрении вежливости. Она выдвинула мысль о том, что грамматики не должны ограничиваться только грамматическим правилами, в них также должны быть представлены правила прагматики (Lakoff 1973, с.296).

Она сформулировала два основных правила, названных ею правилами прагматической компетенции:

1. Излагай свою информацию ясно (Be clear).
2. Будь вежлив (Be polite).

Интересно отметить, что, по мнению Р. Лакофф, ясность и вежливость иногда не совместимы. Если главная цель говорящего – передать информацию, то основное внимание сосредоточено на ясности сообщения; если же принимается во внимание статус собеседника и /или ситуация общения, то говорящий больше сосредоточен на выражении вежливости. Очень часто эти два правила вступают в конфликт. В таких случаях чаще всего ясность приносится в жертву вежливости, так как в повседневном общении мы в большей степени заинтересованы в установлении и поддержании социальных отношений, чем в точной передаче информации.

По мнению Р. Лакофф, все постулаты П. Грайса подпадают под ее первое правило (be clear), при этом она отмечает, что коммуникация, строго подчиненная данным постулатам, была бы скучной и очень

формальной, вследствие чего в повседневном общении эти правила постоянно нарушаются.

Второе прагматическое правило Р. Лакофф (будь вежлив) в свою очередь включает в себя три правила вежливости:

Не навязывай себя и свои желания (Don't impose).

Предоставляй выбор (Give options).

Веди себя так, чтобы собеседнику было приятно, будь дружелюбным (Make A feel good – be friendly).

Первое правило связано с дистанцией и формальностью и характерно для «формальной вежливости» (Formal Politeness). Второе применимо в тех случаях, когда нужна «неформальная вежливость» (Informal Politeness). Третье правило касается «интимной вежливости» (Intimate Politeness), когда говорящий используют разные средства для того, чтобы адресат почувствовал, что ему симпатизируют и его любят. При этом Р. Лакофф отмечает, что в общем все правила нацелены на достижение этой цели (make A feel good), разница в том, что достигают они этого по-разному (Lakoff 1973, с.303).

Несмотря на то, что работа Р. Лакофф называется «Логика вежливости» (Logic of politeness), в ней нет определения этого понятия. Безусловно, вежливость представляет собой более широкое понятие и не может быть сведена к трем правилам. Однако это была первая интересная попытка понять, что представляет собой данное явление.

Дальнейшее развитие максимы речевого общения применительно к вежливости нашли в известной книге Дж. Лича *Principles of Pragmatics* (Leech 1983), где он развивает идеи, изложенные в его предыдущей работе *Language and Tact* (Leech 1980). Вслед за П. Грайсом и Р. Лакофф он исходит из того, что существует набор правил, субправил, которыми руководствуются люди в процессе общения. Дж. Лич также не дает четкого определения вежливости, но отмечает, что вежливость – важный прагматический фактор, регулирующий общение.

В рамках прагматики Дж. Лич выделяет текстуальную риторику (Textual Rhetoric) и межличностную риторику (Interpersonal Rhetoric), для каждой из которых характерны определенные принципы. Принцип вежливости рассматривается им в рамках межличностной риторики наряду с принципом кооперации П. Грайса и принципом иронии.

Дж. Лич рассматривает вежливость как область риторической прагматики. Он отмечает, что принцип вежливости в большей степени регулирует общение, чем принцип кооперации: он поддерживает социальное равновесие и дружеские отношения между собеседниками

и дает понять, что прежде всего они заинтересованы в сотрудничестве друг с другом (Leech 1983, с.82) (перевод наш - Т.Л.). Так же, как и П.Грайс, Дж. Лич уточняет свои принципы и выделяет 6 максим (Leech 1983, с.67):

Максима такта (Tact Maxim):

Уменьшайте затраты слушающего, увеличивайте выгоду слушающего.

(*Мета максима:* Не ставьте других в ситуацию, когда они вынуждены нарушить максиму такта.)

Максима великодушия (Generosity Maxim):

Уменьшайте собственную выгоду, увеличивайте выгоду слушающего.

Максима одобрения (Approbation Maxim):

Уменьшайте осуждение (порицание) слушающего, увеличивайте похвалу. Максима скромности (Modesty Maxim):

Меньше хвалите себя, больше порицайте себя.

Максима согласия (Agreement Maxim):

Уменьшайте разногласие между вами и собеседниками, увеличивайте согласие.

Максима симпатии (Sympathy):

Уменьшайте антипатию между вами и собеседниками, увеличивайте симпатию. (Leech 1983, с.16).

Дж. Лич отмечает, что в процессе общения принцип кооперации П. Грайса взаимодействует с его принципом вежливости и является его дополнением.

Дж. Лич допускает возможность кросскультурной вариативности, делая предположение о том, что в разных культурах предпочтение может отдаваться разным максимам.

П. Браун и С. Левинсона (Brown & Levinson 1978, 1987), предлагают рассматривать вежливость как сохранение лица. Понятие лица как важнейшей социальной ценности было введено впервые Э. Гоффманом (Goffman 1967). П.Браун и С.Левинсон, развивая этот взгляд на вежливость, называют лицо универсальным понятием, представляющим собой своеобразный социальный имидж, в сохранении которого заинтересован каждый член общества (Brown & Levinson 1978, с. 66; 1987 с. 61).

Это понятие, по мнению авторов, универсально. Действительно, и в русском языке мы также встречаем выражения, где слово лицо

соответствует понятию *социальный имидж: сохранить лицо, потерять лицо, не ударить лицом в грязь, плевать в лицо*¹.

В процессе общения участники коммуникации заинтересованы в сохранении как своего лица, так и лица партнера. При этом сохранение лица – это не цель коммуникации, а условие, без выполнения которого нормальное общение невозможно. Уметь выполнять это условие должен каждый член общества. Э. Гоффман образно отмечает, что научиться сохранять лицо – это все равно, что выучить правила дорожного движения применительно к сфере социального общения ('To study face-saving is to study the traffic rules of social interaction') (Goffman 1972, с.323).

П. Браун и С.Левинсон предлагают различать «негативное лицо» (*Negative Face*) и «позитивное лицо» (*Positive Face*) и соответственно выделяют *позитивную вежливость* (positive politeness) и *негативную вежливость* (negative politeness) (Brown & Levinson 1978; 1987).

Под негативным лицом они понимают желание каждого взрослого человека иметь свободу действий, недопустимость вмешательства со стороны других ('*the want to have his freedom of action unhindered*') (Brown & Levinson 1987, с.129), то есть «желание быть независимым»; под позитивным – «желание быть желанным» другими ('*the want of every member that his wants be desirable to at least some others*') (Brown & Levinson 1987, с. 62).

Вступая в общение, собеседники заинтересованы в том, чтобы поддерживать и сохранять лицо друг друга. Для этой цели они используют целую систему коммуникативных стратегий. Авторы вводят такие понятия, как «позитивная вежливость» и «негативная вежливость», которые имеют разную направленность. Первая основана на сближении (*approach-based*), вторая - на отдалении (*avoidance-based*). Каждый из этих типов вежливости представляет собой систему коммуникативных стратегий, при помощи которых достигаются основные цели вежливого общения.

¹ *Loose face* – потерять лицо, доброе имя, скомпрометировать себя; *Save one's или smb.'s face* - спасти, сохранить лицо, репутацию, престиж (АРФС 1984, с.258 –259). *Не ударить лицом в грязь* - не оплошать, не осрамиться; показать себя с лучшей стороны (ФСРЯ 1986, с.490); *Плевать в лицо* - выражать в резкой форме крайнюю степень презрения, пренебрежения, неуважения к кому-либо (ФСРЯ 1986, с. 322).

Демонстрация солидарности и сохранение дистанции, по утверждению авторов, составляют суть вежливого поведения, то есть быть вежливым можно в том случае, если, ты демонстрируешь собеседнику свою солидарность и в то же время сохраняешь определенную дистанцию, выражая таким образом свое уважение к нему. При этом, с их точки зрения, негативная вежливость играет более значимую роль, чем позитивная. Негативную вежливость они называют ядром вежливого поведения, в то время как позитивная вежливость, на их взгляд, менее очевидна.

По мнению авторов этой теории, лингвистическая вежливость выполняет коммуникативную функцию и несет в себе определенную информацию. Так, в высказывании "*I would really like it if you would shut the door*" говорящий выражает не только просьбу, но и свое намерение быть вежливым, в то время как в высказывании "*Shut the door*", употребленном в тех же условиях общения, информация о таком намерении отсутствует.

Хотя, как и Дж. Лич, П. Браун и С.Левинсон признают, что вежливость может иметь культурные различия, они в большей степени делают акцент на универсальную сторону данного явления, что проявляется в самом названии их труда - *Universals in language usage: politeness phenomema* (Вежливость: некоторые универсалии употребления языка).

Направленность на универсальность вежливости и универсальность такого понятия, как "лицо", послужила основным поводом для критики данного подхода, которой он подвергается со стороны исследователей, изучающих вежливость в меж/кросскультурном аспекте, уже на протяжении более двух десятилетий (см., например, Ide 1989, 1992; Gu 1990; Mao 1994; Meier 1995; Goldsmith, MacGeorge 2000 и др.).

Однако, несмотря на критику, работы П.Браун и С.Левинсона по-прежнему остаются наиболее значимыми в данной области и предлагают эффективный инструмент для понимания коммуникативного поведения собеседников в процессе общения. При этом, становясь на сторону оппонентов, подчеркнем, что, несмотря на универсальный характер категории вежливости, конкретная ее реализация имеет национальную специфику, которая и проявляется в особенностях коммуникативного поведения представителей разных лингвокультур.

Наиболее значимым в данной теории представляется взгляд на вежливость как на систему стратегий. Для того чтобы быть вежливым в межкультурном общении, недостаточно иметь языковые знания, то

есть знать этикетные формулы, существующие в языке общения. Очень часто они непереводимы, несмотря даже на кажущуюся эквивалентность. Необходимо знать, в каком коммуникативном контексте они могут быть использованы, каково их прагматическое значение, какие коммуникативные действия нужно совершать в той или иной ситуации общения: сказать *спасибо* или дать оценку, сделать акцент на свои желания или поинтересоваться желаниями партнера, утверждать или задавать вопрос. Поскольку предвидеть, а тем более, запомнить все ситуации общения с учетом особенностей коммуникативного контекста невозможно, наиболее перспективным представляется, на наш взгляд, знание стратегий вежливости, типичных для изучаемой культуры, и умение их использовать в речевом общении.

Различия в системах вежливости касаются не только речевых формул, их лексико-грамматической структуры, семантического и прагматического значений, особенностей функционирования, но и стратегий вежливости, которые также имеют национально-культурную специфику.

Как понятие *вежливость*, так и понятие *лицо* (подобно другим концептуальным понятиям – *власть, выгода, импозиция* и др.) имеют разное содержание в разных культурах. Так, английское коммуникативное поведение отличается более ярко выраженной ориентацией на сохранение лица, чем русское.

Позитивная и негативная вежливость раскрывают основной механизм человеческих взаимоотношений, основанный на противоположных действиях, совершаемых коммуникантами в процессе общения: сближении и отдалении. Вступая в контакт, необходимо приблизить собеседника, сократить разделяющую дистанцию. Для этой цели используются стратегии позитивной вежливости. При этом нельзя заходить слишком далеко. Для демонстрации своего взаимного почтения, уважения независимости партнеры прибегают к стратегиям отдаления.

Для обозначения названных типов вежливости в социолингвистической литературе существуют и другие термины. Позитивная вежливость называется также '*solidarity politeness*' (вежливость солидарности) (Scollon & Scollon 1981, c.175; 1983, c.167), '*community*' (общность) (Tannen 1981, c.385; 1984a, c.15), '*involvement*' (вовлеченность) (Scollon & Scollon 2000, c.37). Все эти термины раскрывают ее основную функцию – сближение партнеров по коммуникации. Негативная вежливость называется также '*deference politeness*' (вежливость почтения) (Scollon & Scollon 1981, 1983],

'independence' (независимость) (Tannen 1981, 1984; Scollon & Scollon 2001). Основной акцент делается на почтение, формальность, уважение автономии собеседников, соблюдение дистанции.

Соглашаясь в принципе с мнением о нецелесообразности изобретения новых терминов для понятий, которые уже имеют устоявшиеся названия (Sifianou 1992, с.34), считаем, что термины '*involvement*' (вовлеченность) и '*independence*' (независимость) (Scollon & Scollon 2001), являются более подходящими, чем '*positive*' и '*negative*', во всяком случае, для лингвометодической литературы, поскольку они указывают на основную функцию двух типов вежливости и не содержат при этом оценочных коннотаций.

Думается, для русских текстов в этих целях наиболее приемлемыми могли бы быть термины *вежливость сближения* (или вежливость контакта) и *вежливость отдаления* (или вежливость дистанции), поскольку с одной стороны, они отвечают отмеченным выше критериям, а с другой, так же, как и термины П.Браун и С.Левинсона, подчеркивают полярность данных стратегий. Возможны также и другие термины: поскольку позитивная вежливость направлена на солидарность, а негативная – на формальность, они могут быть названы также *вежливость солидарности* (позитивная вежливость) и *вежливость почтения* (негативная вежливость). Однако термины *вежливость сближения* (или *вежливость контакта*) и *вежливость отдаления* (или *вежливость дистанции*) представляются более предпочтительными, поскольку указывают на разнонаправленные коммуникативные действия.

Сближение и *отдаление* можно назвать гиперстратегиями вежливости, определяющими наиболее общие коммуникативные цели, которые и определяют два названных типа вежливости. Каждая из них, в свою очередь, достигается при помощи системы стратегий, более частных, которые было бы целесообразнее называть тактиками.

В исследованиях в области кросскультурной коммуникации больше внимания уделяется стратегиям негативной вежливости, то есть стратегиям отдаления. Существует мнение, что вежливость, являясь необходимым условием общения, особенно важна при исполнении побуждения партнера к действию (см., например, Формановская 1998, с.62). Мы разделяем точку зрения тех исследователей, которые считают, что в процессе общения позитивная вежливость важна в не меньшей степени, чем негативная (Kerbart-Oreech 1997; de Ayala 2000, с.145). Оба типа вежливости должны рассматриваться как две стороны одной медали, хотя при этом следует иметь в виду, что их размер и форма могут оказаться разными.

Стратегии позитивной и негативной вежливости, выделенные П.Браун и С.Левинсоном, охватывают основные приемы, используемые коммуникантами в повседневном общении, прежде всего в фатической коммуникации, и наглядно показывают, как действует механизм человеческих взаимоотношений. Взяв их за основу, можно предположить, что *вежливость – это соблюдение баланса, равновесия между интимностью и дистанцией*. При этом точка этого равновесия варьирует не только в зависимости от конкретного коммуникативного контекста, но и от типа культуры в целом. Задача коммуникантов состоит в оптимальном выборе стратегий вежливости в соответствии с социально-культурными нормами и ожиданиями партнера, с тем, чтобы не оказаться ни чрезмерно формальным, ни слишком фамильярным.

Перечень стратегий вежливости, очевидно, не является окончательным. Они могут послужить основой для межкультурных исследований и быть дополнены и уточнены при рассмотрении других коммуникативных культур.

- Agar, Michael. Language shock: Understanding the Culture of Conversation. - N.Y.: William Morrow and company, 1994.
- Brown Penelope and Stephen D. Levinson. Politeness: Some universals in language usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Brown, Penelope and Stephen Levinson. Universals in language usage: politeness phenomena // Ester Goody (ed.). Questions and Politeness: strategies in social interaction. New York: Cambridge University Press, 1978.
- De Ayala SP. FTAs and Erskine May: Conflicting needs. Politeness in question time // Journal of Pragmatics 33(2). 2001. Pp. 143-169.
- Fraser, Bruce and William Nolen. The association of deference with linguistic form // International Journal of the Sociology of Language, 27. The Hague, 1981. Pp. 93 – 109.
- Fraser, Bruce. Perspectives on politeness // Journal of Pragmatics 14. 1990. Pp. 219-236.
- Goffman, Erving, 1972. On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction // Laver and Hutcheson (eds.). Communication in face-to-face interaction. Harmondsworth : Penguin, 1972 . Pp. 319-346.
- Goffman, Erving. Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior. New York: Doubleday, 1967.

- Goldsmith D., MacGeorge, E. The impact of politeness and relationship on perceived quality of advice about a problem // Human Communication Research. Vol.26, iss.2. 2000. Pp.234-263.
- Grice, Paul, 1975. Logic and Conversation. // Peter Cole and Jerry Morgan (eds.) Syntax and Semantics, Vol.3: Speech Acts. New York: Academic Press, 1975. Pp.41-58.
- Gu Yueguo. Politeness Phenomena in Modern Chinese // Journal of Pragmatics 14 (2). 1990. Pp.237-257.
- Ide, S. Formal forms and discernment: two neglected aspects of linguistic politeness. Multilingua,8. 1989. Pp. 223-48.
- Janney, Richard W. and Horst Arndt. Intracultural tact versus intercultural tact // Richard, J. Watts et al. (eds). Politeness in Language. 1992. Pp.21-42.
- Janney, Richard W. and Horst Arndt. Universality and relativity in cross-cultural politeness research: a historical perspective. Multilingua 12. 1993. Pp.13-50.
- Kasher, Asa. Politeness and rationality // J.D.Johansen and H.Sonne (eds.). Pragmatics and linguistics: Festschrift for Jacob Mey. Odense University Press, 1998. Pp.103-114.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. A multi-level approach in the study of talk in interaction // Pragmatics 7(1), 1997. Pp.1-20.
- Lakoff, R. Language and woman's place. New York: Harper and Row, 1975.
- Lakoff, R. Language in context // Language, 48. 1972. Pp. 907-927.
- Lakoff, R. The logic of politeness, or, minding your p's and q's. // Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society. Chicago, 1973. Pp. 292-305.
- Leech, Geoffrey N. Principles of pragmatics. London and New York: Longman, 1983.
- Mao, L. R. Beyond politeness theory: "Face" revisited and renewed // Journal of Pragmatics 21. 1994. Pp. 451-86.
- Meier,A. J. Passages of Politeness // Journal of Pragmatics 24(4). 1995. Pp. 381-392.
- Scollon, R. and Scollon S. Face in inter ethnic communication // Richards and Schmidt (eds.) 1983 P.156-188.
- Scollon, Ron and Suzanne Scollon. Intercultural Communication: A Discourse Approach. Second Edition. Oxford: Blackwell Publishers Ltd., 2001.
- Sifianou, Maria. Politeness Phenomena in England and Greece. Oxford, NY: Oxford University Press, 1992.

- Tannen, Deborah. *Conversational style: analyzing talk among friends.* Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation, 1984.
- Tannen, Deborah. *The machine-gun question: as an example of conversational style // Journal of Pragmatics*, 5. 1981. Pp. 383-397.
- АРФС – Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь / Лит. ред. М.Д. Литвинова. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Рус. яз., 1984.
- Гольдин В.Е. Речь и этикет. М., 1983.
- Гольдин В.Е. Этикет и речь. Саратов: изд-во Саратов. ун-та, 1978.
- Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б., Ягубова М.А. Русский язык и культура речи. М.: УРСС, 2002.
- Граудина Л.К., Ширяев Е.Н.(ред.). Культура русской речи. М., 1998.
- Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002.
- Ларина Т.В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах. М.: изд-во РУДН, 2003.
- Орлов Г.А. Современная английская разговорная речь. М., 1991
- Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
- Формановская Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М.: ИКАР, 1998.
- Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет. Москва: изд-во ИКАР, 2002.
- Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. М., 1982, 1987.
- Формановская Н.И. Русский речевой этикет: нормативный и социокультурный контекст. М.: Русский язык, 2002.
- ФСРЯ – Фразеологический словарь русского языка: Свыше 4000 словарных статей / Л.А. Войнова, В.П. Жуков, А.И. Молотков, А.И. Федоров / Под ред. А.И. Молоткова. - 6-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1986.

И.А.Стернин

Проблемы описания вежливости как коммуникативной категории

Вежливость выступает как одна из наиболее ярких и заметных категорий общения. Ничто так ни заметно в процессе общения, как вежливость или невежливость собеседников друг к другу. Любое общество приветствует вежливость своих членов и осуждает невежливость, хотя понятие о том, какие действия и слова являются вежливыми, а какие нет, оказывается национально и даже социально обусловленным.

Вежливость представляет собой сложный и разноаспектный социально-культурный феномен. Вежливость, проявляющаяся в общении, выступает как один из аспектов вежливости и определяется нами как коммуникативная вежливость. Материализованная, объективированная в общении вежливость является отражением, проявлением, актуализацией вежливости как ментальной, когнитивной категории, присущей коммуникативному сознанию народа.

Коммуникативная вежливость выступает как категория коммуникативного сознания, предписывающая членам общества определенные формы коммуникативного поведения, признаваемые обществом на данном этапе его развития как вежливые. В реальном общении коммуникативная категория выступает в форме речевого этикета (в широком смысле) и изучается через речевой этикет.

Этикет в целом рассматривается как сложная система материальных знаков, которые указывают на отношение говорящего к собеседнику, оценку собеседника и в то же время на оценку человеком себя, своего положения относительно собеседника (Формановская 1982, с.4-5). Этикет предполагает обмен этими знаками между людьми в процессе их социального взаимодействия.

Речевые формы, отражающие этикетные отношения между людьми, представляют собой *речевой этикет*. Этикет включает в себя, кроме речевого этикета, также этикет *внешнего вида* и этикет *поведения*. Отметим, что последние два вида этикета также имеют коммуникативную значимость.

Этикет внешнего вида—принятые в обществе требования к внешнему виду членов общества, признаваемые образцовыми для тех или иных ситуаций. Этикетная внешность человека создает о нем благоприятное впечатление, является его визитной карточкой, располагает к общению с ним. Наоборот, небрежная, неэтикетная внешность побуждает отказаться от общения с таким человеком, отталкивает людей, дает почву для обсуждения недостатков человека. С небрежно одетым человеком хочется говорить небрежно, порой—на “ты”, в то время как этикетно одетый человек побуждает собеседников к вежливому, культурному общению, к уважительному отношению.

Этикет поведения — это совокупность действий людей, признаваемых образцовыми для тех или иных ситуаций. Этикет поведения определяет поведение людей в общественных местах, этикет отношений мужчины и женщины, юноши и девушки, детей и родителей, поведение в гостях, за столом, в семье, на танцевальном

вечере и др. Этикет поведения также либо располагает к общению или удерживает от общения с человеком.

Остановимся подробнее на речевом этикете. Речевой этикет - это совокупность правил речевого поведения людей, определяемых взаимоотношениями говорящих и отражающих вежливые отношения между людьми. Речевой этикет, как уже отмечалось, объективирует коммуникативную категорию вежливости.

Коммуникативная категория вежливости – это составляющая коммуникативного сознания человека, причем одна из основных, главных составляющих коммуникативного сознания. Необходимо определить ее содержание в коммуникативном сознании народа, а также выявить структуру этой категории и определить национальную, социальную и возрастную специфику ее содержания и формирования.

Понятийное содержание концепта «вежливость», согласно точке зрения В. Е. Гольдина, определяется через понятие «отведение роли адресату речи»: «Невежливым по отношению к адресату обычно является то этикетное действие, которое отводит адресату роль ниже, чем положено ему в соответствии с принятыми в данном обществе представлениями о первенстве (= степени важности ролей). Тогда вежливым по отношению к адресату этикетным действием является то, которое отводит адресату место (= роль) не ниже, чем положено ему в соответствии с принятыми в данном обществе представлениями о первенстве» (Гольдин 1978, с. 28).

П.Ю.Федорченко (2001, с.94) определяет вежливость как выражение готовности признать достоинства собеседника или другого лица. Это психологическое определение вежливости, оно не противоречит определению В.Е.Гольдина, так как материальным выражением признания достоинств собеседника является использование определенных этикетных действий, подтверждающих статус собеседника.

Статус человека в иерархии может быть объективным и субъективным, реальным и мнимым.

Это связано с тем, что представления каждого человека о первенстве, то есть о его месте в социальной иерархии относительно собеседника, в значительной степени субъективны – человек может иметь личное представление о занимаемом им месте в обществе или положении относительно конкретного собеседника, и требовать общественно не обоснованной вежливости к себе или допускать намеренную, демонстративную невежливость к собеседнику как демонстрацию социального превосходства.

Таким образом, вежливость предполагает учет представлений человека о его собственном положении в обществе, и коммуникативную вежливость следует понимать как *отведение человеку в общении места не ниже того, которое он занимает в социальной иерархии и собственном представлении о своем месте в иерархии*.

Нельзя путать этикет и этику – это разные понятия. Вместе с тем в этикете и речевом этикете есть моменты, которые связаны с проблемами этики, поскольку хороший тон, вежливость, тактичность, уважение к собеседнику, лежащие в основе этикета, имеют этический характер, то есть оцениваются обществом как «хорошие», «нравственные».

В связи с этим можно, видимо, говорить о *коммуникативной этике*, то есть об этике общения. Коммуникативная этика—правила общения, признаваемые общественным сознанием на данном этапе его развития как нравственные, «хорошие», достойные подражания, соответствующие моральному идеалу общества.

Этика принципиально аксиоматична, то есть базируется на некоторых нравственных аксиомах, которые личность и общество принимают без доказательств. К примеру, нельзя доказать, почему надо быть честным, почему надо вести нравственный образ жизни, почему нельзя воровать и др. Вспомним героев горьковской пьесы «На дне», играющих в карты: Сатин жульничает, Татарин кричит: «Надо играть честно!», на что Сатин отвечает: «А зачем?» Этот вопрос ответа не имеет, честность в поведении—понятие аксиоматическое. То же самое относится и к коммуникативной этике. Она основывается на ряде коммуникативных аксиом, которые необходимо просто признать. Если эти аксиомы не признаются кем-либо из участников коммуникативного процесса, говорить возможности реализации принципа вежливости в общении просто нельзя.

Рассмотрим эти аксиомы.

Аксиома законопослушания: «Необходимо соблюдать общественные законы». Эта аксиома предполагает соблюдение всеми членами общества действующих в обществе законов — как юридических, так и моральных. Признание этой аксиомы, следование ей в повседневном поведении и общении — характерная черта цивилизованного общества.

Аксиома адекватного ролевого поведения: «При исполнении той или иной роли в обществе надо оправдывать ролевые ожидания». Эта аксиома указывает на необходимость следовать в поведении и общении тем нормам, которые предписаны поведению и общению

людей в конкретной ситуации. Если человек участвует в общении как равный с равным, он должен вести себя как равный — таковы ролевые ожидания собеседников, он не должен, к примеру, командовать (использовать роль вышестоящего), поучать (выполнять роль старшего, более опытного и др.) - этого от него в данной ситуации не ждут, и неадекватное выполнение им роли может привести к конфликту.

Две аксиомы, приведенные выше, являются социальными; они определяют поведение людей в обществе в целом, не только в общении. Но существует и чисто коммуникативная аксиома, относящаяся только к общению: *аксиома коммуникативного равновесия*: «С каждым членом общества надо поддерживать коммуникативное равновесие». Это означает, что, вступая в общение с любым человеком, говорящий должен установить с ним коммуникативный контакт на основах взаимного уважения, взаимного признания друг друга. Другими словами, необходимо установить и поддерживать вежливые отношения со всеми, с кем человек состоит в общении, состоял в общении или собирается вступить в общение.

Три названные аксиомы составляют основу коммуникативной этики. Если говорящий признает эти аксиомы и поступает в соответствии с их «требованиями», то он ведет себя этически, его общение носит этикетный характер, он соблюдает коммуникативную этику, а значит – вежлив.

Вежливость, таким образом, можно определить и как соблюдение коммуникативной этики (способы соблюдения конкретных норм коммуникативной этики могут очень различаться в разных культурах).

В связи со сказанным речевой этикет можно определить как систему языковых средств, материально выраждающих в общении коммуникативную этику, воплощающих ее в языковой форме. Это система средств, устанавливающих и поддерживающих коммуникативное равновесие в обществе, то есть вежливые отношения между участниками общения.

Коммуникативная этика в поведении людей формируется в процессе их жизнедеятельности, обучения, приобретения жизненного опыта. Формирование этического коммуникативного поведения — важная задача общества в отношении своих членов, необходимы целенаправленные усилия общества по ее формированию.

Н.И. Формановская приводит данные социологического опроса: на вопрос, какие качества вы хотели бы видеть в окружающих вас людях: 50% ответили - доброту и человечность, 30% - честность, порядочность, 22% - взаимопонимание, сочувствие, 16% - терпимость. На вопрос, каких качеств не хватает вам, какие качества вы хотели бы

развить в себе ответы были иными: 46% хотят развить в себе уверенность и решительность, 30% - целеустремленность и силу воли. Таким образом, люди ждут от нас терпимости, доброты, взаимопонимания, сочувствия, а мы хотим быть более твердыми, жесткими, целеустремленными. Таким образом, мы требуем от других таких качеств, которые в себе развивать не хотим (Формановская 1989, с. 149 -150).

Здесь уместно вспомнить золотое правило: относись к людям так, как ты хотел бы, чтобы они относились к тебе. Хочешь, чтобы с тобой были вежливы, были к тебе внимательны и терпимы в общении— демонстрируй эти качества сам.

Правила речевого этикета могут быть подразделены на нормы и традиции. Нормы речевого этикета — это обязательные для выполнения правила, невыполнение которых привлекает внимание окружающих и вызывает их осуждение. Примеры норм речевого этикета: со знакомым надо здороваться, за услугу надо благодарить, за проступок надо извиняться, нельзя перебивать собеседника, нельзя нецензурно ругаться и т. д.

Традиции общения (этикетные традиции) - это правила, которые не являются обязательными для соблюдения, но в силу тех или иных причин их принято придерживаться. Отступление от традиций общения, пренебрежение ими тоже замечаются окружающими и тоже вызывают неодобрительную оценку, но менее категоричную и единодушную, чем в случае с нормами. Нередко несоблюдение традиций общения вызывает удивление, сожаление и др.

Примеры этикетных коммуникативных традиций: тещу и свекровь принято называть мамой, принято разговаривать с попутчиками в длительной поездке, не следует выяснять отношения в присутствии детей и др.

Применительно к коммуникативному сознанию нормы этикета отражают жесткие императивы, традиции – мягкие императивы (установки сознания), см. об императивах ниже.

Как нормы, так и традиции этикетного общения бывают национальными и групповыми. Нормы обычно описываются при помощи слова «необходимо», традиции —при помощи таких слов, как «принято», «обычно», «в большинстве случаев», «чаще всего» и др.

При описании речевого этикета нормы и традиции описываются совместно.

Речевой этикет выполняет в общении определенные функции. Эти функции таковы.

Установление контакта между людьми. Речевой этикет позволяет привлечь внимание собеседника, побудить его к вступлению в контакт, осуществить знакомство с собеседником.

Поддержание контакта между людьми. Эта функция речевого этикета осуществляется в форме фатического общения. При помощи средств речевого этикета собеседники, не углубляясь в тему разговора, могут провести за беседой определенное время, необходимое для того, чтобы поддержать отношения, составить или возобновить впечатления друг о друге, узнать друг о друге некоторые сведения. Поддержание контакта—необходимая часть человеческого общения в современном обществе, и именно речевой этикет делает это возможным.

Демонстрация вежливого, уважительного отношения к собеседнику. Значительная часть средств речевого этикета обслуживает именно эту функцию — формы обращения, извинения, благодарности, выражения сочувствия, просьбы, приветствия и др. Демонстрация позитивного отношения и собеседнику - универсальная черта речевого этикета.

Регуляция поведения людей в обществе. Соблюдение норм и правил речевого этикета делает поведение людей в процессе общения предсказуемым, понятным для окружающих. Соблюдение правил речевого этикета проясняет социальную роль того или иного участника общения — раскрывает эту роль, показывает говорящим, с кем они имеют дело, а это дает окружающим возможность определить, как они должны действовать в данной ситуации.

Перечисленные функции речевого этикета отражают функциональную нагрузку категории вежливости как ментальной категории – указанные функции речевого этикета отражают назначение вежливости как коммуникативной категории.

В книге «Русский речевой этикет» (1996) мы выделили основные требования к речевому этикету (основные принципы). Эти требования фактически составляют основное содержание коммуникативной категории вежливости и могут быть описаны в своей совокупности и упорядоченности как когнитивная структура категории вежливости в коммуникативном сознании.

С этой точки зрения коммуникативная категория вежливости, выступает как некая мыслительная категория, отражающая принятую в обществе, одобренную общественным сознанием на данном этапе его развития совокупность ментальных установок, предписаний по демонстрации в процессе коммуникации некоторых материальных сигналов, передающих информацию о стремлении участников общения к контакту. Сигналы вежливости в общении

выступают при этом как средства коммуникативной объективации категории вежливости и могут быть как невербальными, так и вербальными.

Содержание категории коммуникативной вежливости определяется совокупностью иерархии тех общих, стратегических предписаний, установок, которые ее образуют, а также теми конкретными признаками, которые могут быть названы тактиками вежливости и которые конкретизируют общие предписания.

Общими, стратегическими коммуникативными предписаниями, образующими основную структуру категории коммуникативной вежливости, являются, на наш взгляд, следующие:

- сдержанная манера общения;
- поддержание коммуникативного контакта;
- соблюдение коммуникативных императивов;
- соблюдение коммуникативных табу;
- демонстрация общей культуры речи.

Рассмотрим эти предписания, приведя примеры тактик, в которых они реализуются в русском речевом этикете.

Важнейшим коммуникативным предписанием вежливости является *сдержанная манера общения*. Сдержанность — важнейшее и, видимо, универсальное требование вежливости.

Основа сдержанной манеры общения — умеренная громкость речи. Громкость речи должна быть средней, темп речи тоже должен быть средним или чуть-чуть замедленным, для лучшего понимания. Вежлив скорее медленный темп речи, чем быстрый.

Эмоциональность речи тоже должна быть умеренной. Интонация должна быть ровной, без резких скачков, пиков и перепадов, без длительных или неожиданных пауз, «разрывов». Этикетная интонация должна быть достаточно ровной и гладкой.

Сдержанность манеры общения предполагает также умеренность реакции человека на слова его собеседника. Особенно важна умеренность в проявлении негативных эмоций.

Невербальный этикет общения - это требования к жестам, позам, мимике, дистанции общения, физическим контактам между собеседниками, и т. д., которые должны быть выполнены в процессе общения, чтобы отношения между партнерами по общению можно было считать вежливыми. Основное требование к невербальному поведению –та же умеренность.

Не принято в процессе беседы с одним человеком расхаживать, перед ним, в то время как он сидит — это невежливо, выражает стремление расхаживающего к доминантности. Вместе с тем, не

принято быть в разговоре абсолютно неподвижным – это рассматривается как проявление враждебности или отсутствие интереса к беседе.

Приближение к собеседнику во время общения рассматривается как стремление установить контакт, более доверительные отношения. Однако приближение не должно быть резким, поскольку резкое приближение к собеседнику рассматривается партнером как проявление агрессии. Недопустимо резко приближаться к незнакомому человеку или к человеку, с которым еще не установлен словесный контакт: такое приближение всегда неприятно для того, к кому приближаются, оно также ассоциируется с агрессией и противоречит нормам этикета.

Согласно этикету, взгляд должен быть направлен на собеседника. Этикет предполагает, что собеседнику нужно смотреть в лицо, то есть в область, ограниченную лицом, не фиксируя взгляд на глазах собеседника. Выражением доброжелательности является краткий взгляд в глаза собеседнику, сопровождаемый улыбкой, но не более того. Человек обычно чувствует себя весьма неуютно, если на нем сфокусирован чей-то взгляд.

Этикетная норма — смотреть на собеседника 30 - 60% времени.

Нарушением этикета является пристальный взгляд на незнакомого человека, на его действия. Пристальный взгляд незнакомого человека всегда воспринимается как проявление неодобрительного отношения, враждебности; такой взгляд вызывает у человека реакцию избегания.

Объем мимики должен быть умеренным. Неэтикетны как бесстрастное, без мимики лицо, так и чрезмерная мимика, которая раздражает собеседника, превращает человека в кривляку.

В целом жесты должны быть умеренными как в отношении интенсивности осуществления (они не должны быть резкими, порывистыми, иначе они воспринимаются как демонстрация враждебности или агрессии по отношению к собеседнику), так и в отношении их количества в процессе общения. Многочисленные жесты создают впечатление несерьезности, возбудимости собеседника; отсутствие же жестикуляции настороживает собеседника, рассматривается и как попытка нежестикулирующего партнера продемонстрировать свое превосходство. Жесты должны сопровождать общение, но их число должно быть небольшим, а интенсивность их выполнения — умеренной.

Речевой этикет требует, чтобы неверbalное выражение негативных оценок было малозаметным, «слабым», неявным.

Этикетным является умеренное использование сигналов состояний, не допускающее резкого, явного выражения какого-либо состояния участника общения. Неэтикетным является выражение состояния полной уверенности в себе, своей позиции, полной авторитарности, превосходства над собеседником — руки на груди, большие пальцы выставлены вверх; руки за голову с откидыванием назад при говорении или слушании, голова без наклона на высокой шее, жестикуляция поднятым указательным пальцем и др.

Умеренное количество риторических жестов — обязательный компонент этикетного общения.

Изобразительные жесты призваны изобразить предмет речи, наглядно представить его образ партнеру по общению. Этикет использования изобразительных жестов предписывает незначительное обращение к ним. Допускаются изобразительные жесты, описывающие размер и форму предмета, причем эти жесты не должны быть размашистыми, не должны иметь очень большую амплитуду. Если предмет, который хотел бы наглядно изобразить говорящий, очень велик или высок, этикет предписывает отказ от изобразительного жеста в пользу сравнения с чем-либо, находящимся в поле зрения общающихся — следует сказать «размером с этот стол», «на расстоянии как от угла стола до окна» и т. д..

Этикетные требования к походке также основаны на необходимости соблюдения принципа умеренности. Походка должна быть такой, чтобы она удовлетворяла собеседника, прежде всего по скорости. Неэтично как вырываться вперед, так и диктовать очень низкий темп, раздражающий партнера.

Движения рук при ходьбе должны быть умеренными: неэтично сильно размахивать руками при ходьбе; малоподвижность рук вызывает настороженность собеседников — такая походка выглядит искусственной, неестественной.

Интонация речи должна быть плавной, без резких скачков, положительно-эмоциональной.

Поддержание коммуникативного контакта (контактность) — следующая базовая составляющая категории вежливости. Установка на поддержание коммуникативного контакта реализуется в разных формах. Она связана с установлением контакта, его поддержанием и вежливым прекращением.

Прежде всего, категория вежливости предписывает выбор адекватной формы обращения для установления контакта.

Обращение выполняет две функции: привлекает внимание собеседника к партнеру по общению и дает определенную социальную характеристику собеседнику и нашим отношениям с ним.

Функция привлечения внимания дает возможность людям установить контакт с собеседником, вступить в общение.

Функция социальной характеристики, выполняемая обращением, позволяет участникам общения установить определенные отношения между собой (младший — старший, равный — равный, начальник — подчиненный и др.), а также показать ту степень вежливости, с которой говорящий считает необходимым обратиться к своему партнеру. Обращение показывает, насколько высоко говорящий оценивает статус собеседника, насколько он признает, учитывает этот статус.

Вежливость диктует адекватный (то есть дифференцированный, опирающийся на социально одобренные нормы) учет следующих основных факторов:

тип ситуации (официальная, неофициальная, полуофициальная);

степень знакомства собеседника (незнакомые, малознакомые, хорошо знакомые);

отношение к собеседнику (уважительное, почтительное, нейтрально-вежливое, фамильярное, дружески-неофициальное и др.);

характеристика говорящего (говорит мужчина или женщина, начальник или подчиненный, старший или младший и др.);

характеристика адресата, то есть того, к кому обращаются (к старшему или младшему, равному, нижестоящему или вышестоящему, мужчине или женщине);

место общения (дома, на улице, на свадьбе, за столом, на собрании, в лекционной аудитории и др.);

время общения (утром, в обед, вечером, перед отъездом, приходя в дом и др.).

Названные факторы по-разному влияют на выбор форм обращения, но все они оказывают влияние на выбор обращения.

Важнейшее требование вежливости — адекватный выбор обращения, то есть соответствующий нормам этикета для данной ситуации.

Категория вежливости проявляется также в установке на доброжелательный контакт с собеседником.

Доброжелательность к собеседнику должна быть выражена как невербально, так и вербально, и должна сохраняться, что очень важно, на протяжении всего разговора, независимо от того направления, которое он может принять. Невербально необходимо демонстрировать

доброжелательность к собеседнику, расположение к нему - приветливой мимикой лица, соблюдением уважительной дистанции, невербальной демонстрацией внимания к его словам, постоянным визуальным контактом с собеседником, открытыми позами и жестами и др.

Вербальное выражение доброжелательности к собеседнику связано прежде всего с использованием поддерживающих и контактных реплик позитивного характера: «верно», «правильно», «да-да», «понятно», «что вы говорите...» и т. д. Вербальная доброжелательность к собеседнику выражается также в уточняющих вопросах, обращенных к нему - это тоже сигнал внимания к тому, что он говорит. Если мы просим собеседника дать нам дополнительную информацию, значит то, что он говорит, принимается нами с интересом.

Все вопросы собеседника должны получить ответ; вежливые, доброжелательные ответы на вопросы собеседника - еще одно этикетное средство демонстрации к нему хорошего отношения.

Важно «не замечать» ошибок собеседника, неточных или неудачных выражений, допускаемых им.

Комplиментов, похвалы в общении не должно быть слишком много, но, как справедливо писал Д. Карнеги, в общении необходимо «искать возможность восхититься собеседником».

Выражением доброжелательности являются вопросы, затрагивающие семью, работу, личные успехи собеседника, упоминание его способностей, талантов.

Выражением доброжелательности к собеседнику является упоминание его прежних высказываний с подтверждением того, что он оказался прав: человеку очень приятно, если его высказывания помнят и ценят.

Интерес к мнению собеседника по тем или иным вопросам — это тоже демонстрация доброжелательности к нему.

Чаще называйте собеседника по имени, имени-отчеству. Важна также наблюдательность в отношении собеседника — к примеру: «Я вижу, сегодня у вас хорошее настроение», «Мне кажется, вы немного устали сегодня», «Вы как-то по-новому сегодня выглядите» и др.

Завершение разговора должно быть с точки зрения требований вежливости, столь же доброжелательным, как и его начало, и должно располагать к продолжению общения и развитию отношений.

Еще одним важным проявлением установки на контакт является *вежливое слушание*.

Как отмечает Н. И. Формановская, особенно много нарушений этикета общения наблюдается именно со стороны слушающих (Формановская 1989, с. 24). Вежливое, этикетное слушание играет важнейшую роль в объективации категории вежливости: о внимательных, заинтересованных слушателях все думают хорошо, внимательный слушатель кажется собеседнику уважительным, вежливым, доброжелательным и умным, заслуживающим доверия. К внимательным слушателям собеседник располагается, высоко оценивает их личные и человеческие качества, поэтому соблюдением этикета слушания никак нельзя пренебрегать.

Важнейшее правило речевого этикета: «Отдай предпочтение слушанию перед всеми видами деятельности» (Формановская 1989, с. 23).

Этикет слушания предполагает, что слушание должно быть активным. Это означает, что взгляд должен быть сосредоточен на говорящем, слушающий должен находиться в активной позе.

Типичные проявления активного слушания:

1. Использование поддерживающих реплик, стремление предугадать ход мысли, выражая это вербально.

2. Перефразирование своими словами основных мыслей собеседника. Повторяя своими словами основные идеи собеседника, мы показываем, что слушаем его.

3. Выделение главных мыслей собеседника и проговаривание их вслух, подтверждение их путем формулирования их своими словами.

4. Отсутствие взгляда, направленного на посторонние предметы, взгляд на говорящего.

5. Подтверждение понимания: «Понятно... Так... Я правильно понял, что... Вы, значит, полагаете, что... Значит, таким образом...» и др.

6. Уточняющие вопросы на прояснение деталей, частностей — это помогает собеседнику конкретнее излагать свою мысль и подтверждает наше внимание и заинтересованность в нем.

Существует еще вежливость слушания для наблюдателя. Наблюдатель — это тот, кто невольно присутствует при общении других людей, но сам в общении не участвует: в транспорте это пассажиры, на работе — коллеги, в семье — те члены семьи, которые сейчас не участвуют в вашем разговоре. Наблюдатель, который стал свидетелем разговора других людей, должен невербально продемонстрировать незаинтересованность в слушании: другими словами, этикет требует, чтобы у него было незаинтересованное лицо, чтобы он делал вид, что не слышит разговора. Принято, чтобы, если

чужой разговор принял эмоциональный характер, наблюдатель покинул это место —шел, отошел в сторону и т. д.

Этикетная позиция наблюдателя, невольного слушателя в любом случае заключается в том, чтобы проявить сдержанность, не навязывать себя в собеседники.

Еще одним важнейшим составляющим элементом вежливого общения является *умение вести «светскую беседу»*.

Светское общение представляет собой ритуальную беседу, которую этикет предписывает вести людям в официальной обстановке, в определенных официальных ситуациях, когда они выступают в официальных ролях—попутчиков, официальных гостей, официальных участников какого-либо приема, собрания, мероприятия, либо в роли только что представленных друг другу и еще мало знакомых друг другу людей.

В лингвистике существует термин «фатическое общение», которым обозначают общение, цель которого — установить или поддержать контакт с собеседником. Светское общение — разновидность фатического, но это фатическое общение, соответствующее нормам, требованиям, принятым в культурном, образованном обществе; это *этикетное фатическое общение*. Фатическое общение может быть и неэтикетным, неформальным, не связанным с какими-либо этикетными ограничениями (например, опосредованное выпивкой).

Светское общение - это взаимно приятный, ни к чему формально не обязывающий разговор на общие темы, основная цель которого — провести время с собеседником, оставаясь с ним в вербальном контакте. Это этикетное общение-времяпрепровождение.

Часто светский разговор используется для первичного знакомства людей друг с другом, как средство узнать друг друга поближе, и впоследствии он может перейти в глубокое, инициативное общение, в общение по душам и т. д. В устойчивых группах общения, например в высшем обществе прошлого, в элитарных клубах, на презентациях, формальных празднованиях каких-либо событий, светское общение преследует цель поддержания контакта, подтверждения отношений между членами группы общения.

Таким образом, с точки зрения дополнительных целей (кроме основной, объединяющей — коммуникативное времяпрепровождение), можно говорить о двух разновидностях светского общения: общение — *установление отношений* и общение — *подтверждение отношений*. Разумеется, между этими двумя видами светского общения не всегда можно провести четкую грань.

Светское общение предполагает некоторые обязательные коммуникативные действия, в числе которых можно назвать следующие:

1. Умеренная мимика и жесты, конвенциональные позы, значительная дистанция общения, невербально выраженная доброжелательность, сдержанная положительная эмоциональность.
2. Демонстрация интереса ко всем собеседникам, вопросы к собеседникам о том, как обстоят их дела.
3. Избегание споров, затрагивания неприятных и конфликтных тем обсуждения.
4. Частотность выражения согласия с собеседником.
5. Некатегоричность высказывания своей точки зрения, исключение настаивания на своем мнении.
6. Отсутствие цели установления истины в разговоре, обсуждение разных имеющихся у людей точек зрения на проблему.
7. Исключение выражения неодобрения или несогласия в ходе общения.
8. Высокая комплиментарность общения, частотность одобрения слов и действий собеседника.
9. Выслушивание всех, исключение перебивания кого-либо.
10. Демонстрация коммуникативной скромности, исключение привлечения к себе повышенного внимания в процессе общения.
11. Исключение интереса к конкретным подробностям личной жизни партнера по общению.
12. Участие в общей беседе всех членов группы, приветствие каждым каждого, знакомство всех со всеми, организация и поддержание общего разговора.
13. Краткость и равномерность объема общения с каждым участником группы.
14. Минимизация информации о себе в процессе общения, сообщение информации о себе преимущественно в форме ответа на вопрос.
15. Обсуждение нейтральных тем, которые не могут вызвать столкновения мнений (дети, животные, отдых, путешествия, хобби, климат и погода и др.).
16. Стремление помочь собеседнику сохранить лицо, выйти из неприятной ситуации; использование в конфликтных ситуациях примирительной тактики «все по-своему правы», «в каждом деле есть две стороны».

17. Выражение неодобрения слов собеседника молчанием, косвенными способами (например, вопросами), переводом разговора на другую тему.
18. Умеренное использование юмора, шуток.
19. Высокая культура речи, исключение просторечных и грубых слов и выражений, слов с крайней степенью оценки.
20. Демонстрация положительного настроения, удовлетворения от взаимного общения.
21. Соблюдение периодичности и непрерывности общения.
22. Соблюдение временных рамок общения (время приглашения, время ухода, необходимость отдыха и др.).
23. Обсуждение в общем виде следующих контактов после завершения общения.

Как можно заметить, правила светского общения во многом совпадают с общими принципами вежливости и основными правилами речевого этикета. Следует подчеркнуть, что именно в светском общении основные принципы речевого этикета выявляются наиболее полно и последовательно, и в силу этого умение человека вести светскую беседу во многом характеризует его как человека, обладающего высоким уровнем вежливости.

Большое значение имеет манера *выхода из контакта*. Западные коммуникативные культуры предполагают *постепенный, плавный* выход из контакта. Разговор должен постепенно, плавно подходить к завершению, прекращение контакта не может быть резким. В русской коммуникативной культуре выход из контакта может быть с точки зрения носителя западной коммуникативной культуры внезапным – «Ну, все, я пошел!», и это не является нарушением норм вежливости.

Следующая важная установка категории вежливости - *соблюдение коммуникативных императивов*.

Под коммуникативным императивом понимается фраза, выражение, оборот речи, которые должны быть обязательно употреблены в определенной коммуникативной ситуации; если они не употреблены, это невежливо, рассматривается как нарушение речевого этикета. Такие императивы называют речевыми.

Но есть еще и тематические императивы - темы, которые обязательно надо в той или иной коммуникативной ситуации затронуть, обсудить, словесно обозначить в разговоре.

Так, «знакомых надо приветствовать» - речевой императив, предписывающий при встрече знакомого употребить одну из любых, соответствующих ситуации общения формул приветствия. Речевые императивы должны быть усвоены с детства, и именно эти слова и

выражения с трудом даются детям, которые сначала никак не поймут назначение обязательных формул вежливости. Отсюда знаменитые фразы взрослых, обращенные к детям в известных коммуникативных ситуациях: «А что еще надо сказать?», «А что ты забыл сказать?» и др. Взрослые и пытаются объяснить значение обязательного употребления таких слов, как «здравствуйте, спасибо, пожалуйста», как некий ритуал, открывающий ребенку путь к добрым отношениям с собеседником — такие слова называют «волшебными».

Примером тематического императива является необходимость обсудить, как кто отдохнул, когда коллеги или знакомые встречаются после отпуска, традиция спрашивать о здоровье у пожилых людей или у тех, кто, как нам известно, перенес болезнь.

Как речевые, так и тематические императивы бывают жесткими — «так надо говорить» и мягкими — «так принято». Жесткие императивы отражают этикетную норму, мягкие — этикетную традицию. Например, здороваться со знакомым — это жесткий императив, его невыполнение влечет за собой обиду, возможность предъявления претензий («А почему вы со мной не поздоровались?», «Вы что, на меня обиделись за что-то?» и др.). Вопрос же о здоровье, адресованный пожилому человеку, относится к мягким императивам.

Речевые императивы предполагают употребление стандартных речевых формул, имеющихся в языке: проявление оригинальности при приветствии, прощании (выражения типа «Какие люди и без охраны!», «Наше вам с кисточкой» и т. д.) неэтично и не считается вежливым.

Речевые императивы предписывают употребление стандартных формул определенного значения, например, принятых в обществе формул выражения приветствия, прощания, благодарности, сочувствия, представления собеседника другому собеседнику, формул поздравления, извинения, согласия, несогласия и др. Конкретная же формула выбирается говорящим в зависимости от коммуникативной ситуации, его роли, отношений с собеседником и др.

Речевые императивы обычно более жесткие, тематические императивы — более мягкие, предписывают лишь сам факт обсуждения или затрагивания некоторой темы.

К речевым императивам относятся и обязательные речевые реакции собеседника на те или иные формулы, использованные его партнером: на «спасибо» надо сказать «пожалуйста», «что вы, не стоит», на приветствие надо ответить и др. Нарушения подобных императивов вызывают болезненную реакцию собеседников: «Хоть бы спасибо сказал» (о человеке, которому была оказана услуга), «Хоть бы

поздоровался» и т. д. Это – свидетельство жесткой императивности соответствующих формул в коммуникативной культуре.

Речевые и тематические императивы не всегда можно разграничить, так как обсуждение какой-либо обязательной в той или иной ситуации темы может быть чисто формальным и представлять собой фактически обмен стандартными репликами: «Как дела? - Все нормально».

Императивы могут быть и неверbalными — это некоторые действия, мимика, жесты партнеров, которые обязательны для той или иной коммуникативной ситуации. Так, к невербальным императивам можно отнести требование смотреть в лицо собеседнику, сохранять мимику доброжелательности в беседе и др.

Императивами являются также этикетные распространители формул речевого этикета. Если собеседники давно не виделись, то этикет требует, чтобы они не ограничились фразами: «Как дела?» — «Все нормально!», а раскрыли бы более подробно, как обстоят дела. При встрече старого знакомого этикетным является выражение радости от встречи, а не только использование формулы приветствия и др.

Императивом является также в ряде случаев принятая для конкретной коммуникативной ситуации длительность разговора: при встрече знакомых или друзей длительность общения, особенно после долгой разлуки, обязательно должна быть достаточно большой, также не должен быть кратким разговор с тем, кто хочет пожаловаться, рассказать о своих проблемах — такой разговор должен быть продолжительным независимо от того, хочет ли этого тот, кому жалуются.

Описание речевого этикета того или иного народа представляет собой фактически описание речевых императивов и языковых вариантов их реализации в общении.

К императивам вежливости относится также *коммуникативная некатегоричность*.

Императивна некатегоричность любых речевых действий, любых высказываний, которые потенциально могут вызвать несогласие собеседника, спровоцировать разногласия. Любая категоричность потенциально может привести к конфликту, а сущность вежливости как раз в обратном — в профилактике конфликтов.

Установка некатегоричности предписывает избегает прямых указаний, однозначных приказов и распоряжений. Подобные ситуации в обычном общении предполагают скорее просьбу, совет, вопрос как некатегоричные формы воздействия на адресата.

Формулировки утверждений должны допускать возможность несогласия собеседника: лучше всего формулировать утверждения в виде предположений типа «мне кажется, что...», «по-моему, здесь можно поступить так...» и др.

Не принято давать прямые негативные оценки действиям, мыслям, предложениям собеседника — их следует комментировать так, чтобы дать ему возможность «сохранить лицо», то есть уйти не обиженным.

Отказ от предложения собеседника вежливость требует делать в некатегоричной форме, необходимо объяснить причину отказа и посоветовать собеседнику, к кому он может обратиться за решением этой проблемы, либо обосновать возможность решения проблемы в другое время, при других условиях и т. д.

В речевом этикете категоричность допускается только при выражении позитива, при выражении согласия, положительных эмоций. Во всех остальных случаях этикет требует избегать категоричности.

Важнейший императив вежливости — *акцентирование позитива в общении*, то есть использование преимущественно позитивных оценок в ходе разговора, выбор тем общения, приятных для всех участников общения, демонстрация позитивного, доброжелательного настроения.

В этикетном общении должен преобладать коммуникативный оптимизм — настроение, которое ориентирует всех участников общения на возможность положительного разрешения всех обсуждаемых проблем, преодоление жизненных трудностей, возможности завершить общение с хорошим настроением.

В этикетном общении следует вспоминать о приятном, об удачном опыте совместной работы с собеседником, о приятно проведенном когда-то времени, об интересных совместных поездках. Важно уметь делать собеседнику комплименты, отмечать его сильные стороны, позитивно оценивать его высказывания — как нынешние, так и прошлые, чаще соглашаться с собеседником, словами выражать свое согласие, одобрение его деятельности или высказываний.

Общение необходимо заканчивать на оптимистической ноте; как советовал Д. Карнеги - «если можете, оставьте слушателей смеющимися».

Краткость речевого вклада — еще одна важная составляющая вежливого общения.

Этикетное требование краткости речевого вклада может быть сформулировано как предписание «говорите меньше собеседнику». Вежливость требует дать поговорить собеседнику.

Вежливость требует меньше говорить о себе, не выпячивать в разговоре свои проблемы. Очень важно соблюдать регламент, установленный для общения, причем соблюдать этот регламент обязаны все, независимо от возраста, положения, занимаемой должности и т. д. Соблюдение установленного регламента - важная черта коммуникативной культуры человека, верный признак владения им нормами коммуникативной вежливости.

Этикет предписывает говорить с собеседником о том, что интересует его, и соблюдение этого принципа позволяет сократить говорящему свой речевой вклад до этикетного объема.

Еще одним важнейшим предписанием категории коммуникативной вежливости является предписание о *соблюдении коммуникативных табу*.

Коммуникативное табу — это запрет на употребление слова, выражения, фразы в какой-либо ситуации, либо запрет на затрагивание, обсуждение определенных тем, проблем в тех или иных ситуациях. Таким образом, первый вид табу — речевые, второй — тематические.

Табу, как и императивы, бывают жесткими и мягкими: жесткие — «нельзя» мягкие — «не принято».

В общении существуют и табу на отдельные виды невербального поведения: нельзя в общении держать руки в карманах, отворачиваться от собеседника, раскачиваться при разговоре и др.

Употребление грубых, нецензурных выражений — это важнейшее речевое табу, обсуждение желудочных заболеваний за столом — тематическое табу и др.

Приведем некоторые примеры коммуникативных табу в отдельных стандартных ситуациях общения и поведения.

Приветствие не должно быть громким. Нельзя громко привлекать внимание кого-либо; вообще привлечение внимания собеседника на расстоянии неэтично, следует подойти поближе. Нельзя трогать собеседника, пытаясь привлечь его внимание, обращаться к человеку, который разговаривает с другими людьми. Не принято, чтобы мужчина привлекал внимание знакомой девушки или женщины, если она идет с другим мужчиной, то же самое и наоборот — если молодой человек, мужчина идет с женщиной, встретившаяся им девушка или женщина не должна привлекать его внимание.

Нельзя обращаться с личным словесным приветствием к знакомому, разговаривающему в группе людей — можно лишь приветствовать его жестом или кивком.

При знакомстве не принято настаивать, чтобы собеседник вам сказал свое имя — к примеру, девушка имеет право отказаться назвать свое имя, значит, ее знакомство не интересует.

Нельзя сразу переходить после знакомства на «ты», для этого должно пройти время. Особенно нельзя спешить переходить на «ты» с лицом противоположного пола. Только молодежь знакомится сразу на «ты».

Не принято при знакомстве спрашивать фамилию нового знакомого или переспрашивать, если вы ее не расслышали или забыли.

Не принято отказываться от чего-либо (например, приглашения) без объяснения причин, нужно объяснить кратко, почему вы не можете принять предложение (заняты, нездоровы, приглашены уже в другое место и др.).

Не принято выражать благодарность скороговоркой, в быстром темпе.

Не принято настаивать на просьбе, если вам в ней отказали. Просьбу нельзя выражать громко, нельзя быть слишком кратким в выражении просьбы.

Неэтична неожиданно предъявленная просьба, то есть просьба, выраженная «сходу», без подготовки. С серьезными просьбами не принято обращаться по телефону.

Выражая согласие, нельзя выражать его только невербально (например, кивками, мимикой), необходимо выражать согласие и словесно. Нельзя выражать согласие «сквозь зубы», демонстрировать неохотное согласие.

Не принято пристально смотреть в глаза собеседнику, демонстративно близко подходить к нему, сильно жестикулировать в разговоре, многократно дотрагиваться до собеседника в ходе общения.

Если необходимо отказать в чем-либо собеседнику, нельзя сразу после отказа в просьбе завершать разговор.

Нельзя использовать в этикетном общении категорических запрещений, выражать запрещение громко, односложно, глядя прямо в глаза, приближаясь или наклоняясь к собеседнику.

Табуируются все громкие, эмоциональные замечания, прямые и немотивированные, содержащие иронию или издевку, замечания в «ты» - форме.

При выражении предложения нельзя делать его чисто невербально, например, кивком, жестом, мимикой и др.

Не допускается громкое выражение неодобрения, повышенно эмоциональное неодобрение. Неодобрение по отношению к старшим и

вышестоящим принято демонстрировать невербально, словесное неодобрение их действий не принято.

При выражении комплимента не принято хвалить зубы, уши, нос, щеки собеседника. Нельзя «разоблачать» комплимент, сказанный вам собеседником - типа «умеете вы говорить комплименты женщинам» в ответ на комплимент.

Выражая утешение, сочувствие в чей-либо адрес, не принято делать это громко, официальным тоном и официальными словами.

При прощании необходимо соблюдать табу на любой уход без прощания: прощаться обязательно, хотя бы с хозяином или хозяйкой.

При общении в общественных местах табуирован громкий смех, громкий разговор (превышающий по громкости речь окружающих), сильная жестикуляция.

Нельзя употреблять в разговоре в общественных местах фамилии лиц, о которых идет речь — рядом могут быть люди, которые этих лиц знают. Не принято в транспорте, в театре и кино, находясь среди других людей, обсуждать конкретные личные проблемы, отношения в семье и коллективе — подобные разговоры могут вестись только в самом общем виде, без названия фамилий, мест работы и т. д.

Находясь в группе общающихся, не принято обсуждать с одним из собеседников проблемы, касающиеся только вас двоих, называть фамилии лиц, неизвестных хотя бы некоторым из общающихся в группе. Нельзя говорить «он» о присутствующем при разговоре лице или об уважаемом, известном всем человеке.

Естественно, в общественном месте табуируются любые грубые, резко оценочные и тем более нецензурные слова.

За столом не говорят о желудочных болезнях, обо всем, что может испортить людям аппетит. Нельзя критиковать блюдо, которое ест ваш собеседник.

В храмах, в театрах и кинотеатрах, на лекциях нельзя разговаривать друг с другом; в музеях, на выставках, на экскурсиях не принято разговаривать, когда ведет экскурсию экскурсовод. Вопросы экскурсоводу принято задавать, когда он предложит это сделать или когда он переходит от одной картины или экспоната к другому.

В общественном транспорте не принято говорить громко.

В общественных местах неэтиетно громко подзывают друг друга, пытаться обратить на себя внимание собеседника на большом расстоянии.

Получая подарок, нельзя сообщать его цену, даже если ваш друг на этом настаивает; вообще, не принято обсуждать стоимость подарка ни с тем, кому вы подарили, ни с его (своими) друзьями; это личное

дело дарящего. Нельзя вручать подарок без словесного сопровождения. Нельзя выражать недовольство подарком ни в какой форме, даже если у вас такой уже есть, вы купили сами, вы не любите, такие вещи и т. д.

В телефонном общении нельзя начинать разговор, не поздоровавшись, нельзя вешать трубку в знак недовольства собеседником, спрашивать, позвонив кому-либо: «Кто это?», «Куда это я попал?», «Это какой номер?». Нельзя звонить раньше 8 часов утра и после 10 часов вечера; в субботу и воскресенье не принято звонить до 11 утра. Не следует звонить в обеденное время или когда люди могут ужинать.

Во время разговора по телефону нельзя делать слишком долгих пауз, а, слушая собеседника, необходимо постоянно подавать контактные реплики, чтобы он не подумал, что произошло рассоединение.

Нельзя брать телефонную, трубку в чужой квартире, находясь на рабочем месте какого-либо служащего или сотрудника в его учреждении. Следует по возможности избегать звонков коллегам домой по служебным делам.

Важнейшее требование вежливого общения - не относить людей к негативным категориям. Под отнесением к негативной категории понимается использование применительно к собеседнику или третьему лицу слов обобщающих оценочных слов типа *ленивый, глупый, упрямый, себялюбивый, хитрый, себе на уме, ловкач, проныра* и др. Эти слова наклеивают на человека однозначный ярлык, при этом как бы не оставляя для него возможности войти в какую-либо другую категорию.

Негативная информация, если она обсуждается, должна быть сведена к минимуму. Под негативной информацией понимается любая, которая вызывает беспокойство собеседника, неприятна для него или вызывает отторжение. Естественно, совсем исключить негативные моменты в общении нельзя, но важное требование речевого этикета — эти моменты должны быть сведены к минимуму, и форма сообщения негативной информации должна быть оптимально смягченной.

Важен принцип «не вспоминать плохое»: вспоминать плохое – это, как говорил Д. Карнеги, все равно, что пилить опилки. «Не надо пилить опилки, они уже напилены», - совершенно справедливо призывал он.

Коммуникативные табу, как и коммуникативные императивы, требуют дальнейшей систематизации и описания.

Демонстрация общей культуры речи – еще одна важная установка, предполагаемая коммуникативной категорией вежливости.

Культура речи собеседника важна для позитивного восприятия его остальными участниками общения. Нарушения норм культуры речи, особенно грубые ошибки, заметно бросаются в глаза участникам общения и, как показывают исследования, компрометируют допустившего ошибку в глазах его собеседников: человека, допускающего такие ошибки, собеседники склонны воспринимать как не обладающего общей культурой в целом. Ошибки снижают доверие к содержанию того, что такой человек говорит.

Речевой этикет, как уже отмечалось, предполагает, что говорящие избегают слов, выраждающих крайние негативные оценки, вульгарных и нецензурных слов, грубой и сниженной лексики, не говорят слишком громко, не повышают голос. Отсутствие грубых, нецензурных выражений в речи собеседника – важнейший критерий отнесения его к разряду вежливых людей, особенно в России.

Культура речи предполагает также адекватный выбор регистра общения, употребление единиц, соответствующих выбранному регистру, использование слов и выражений, в смысловом и стилистическом отношении соответствующих коммуникативной ситуации.

Обзор предписаний (принципов, установок, стратегий), составляющих содержание коммуникативной категории вежливости, и способов их речевой объективизации в коммуникативном поведении народа позволяет высказать некоторые теоретические соображения о структуре и содержании коммуникативной категории.

Коммуникативные категории принадлежат коммуникативному сознанию народа, являются базовыми строевыми элементами коммуникативного сознания. Любой концепт и любая когнитивная категория, по-видимому, имеет две основных составляющих – информационную и императивную (прескрипционную). Информационная составляющая содержит когнитивные признаки, отражающие существенные признаки концепта или категории. Императивная или прескрипционная составляющая концепта или категории содержит установки, предписания, прескрипции по поведению носителей соответствующей культуры в рамках, определяемых содержанием соответствующего концепта или категории.

Коммуникативные концепты и категории отличаются тем, что в них императивная составляющая преобладает, доминирует над информационной и эти концепты и категории содержат

многочисленные прямые предписания по коммуникативному поведению для носителей соответствующей коммуникативной культуры. Коммуникативная категория вежливости – прямое тому подтверждение.

Структура императивной составляющей (а может быть, императивного уровня) коммуникативной категории включает, прежде всего, ранжируемые по яркости, важности, существенности для конкретной коммуникативной культуры обобщенные установки (принципы, предписания), отражающие коммуникативные стратегии, определяемые данной коммуникативной категорией. Для коммуникативной категории вежливости это будут установки сдержанности, поддержания контакта, соблюдения табу, соблюдения императивов, демонстрация общей культуры речи. Это – общие установки, отражающие основные направления реализации категории вежливости в коммуникативной практике народа. Отношения первичности/вторичности, ядерности/периферийности, большей/меньшей яркости в коммуникативном сознании народа этих установок внутри категории требует отдельного исследования. Пока можно лишь констатировать, что, к примеру, для русского коммуникативного сознания установки культуры речи и соблюдения табу (особенно на употребление грубых слов) оказываются более важными, существенными; для западных коммуникативных культур более яркими оказываются установки сдержанности, контактности и императивности.

Общие установки (коммуникативные прескрипции) конкретизируются в менее обобщенных предписаниях, которые представляют собой своеобразные коммуникативные правила, имеющие уже материальные формы воплощения, объективации. Так, установка «умеренность» конкретизируется в таких коммуникативных правилах как «использовать среднюю громкость», «использовать умеренную жестикуляцию», «не демонстрировать свое эмоциональное состояние» и т.д.

Коммуникативные правила объектируются в конкретных вербальных и невербальных сигналах, причем эти сигналы вариативны и говорящий выбирает способ объективации коммуникативного правила в зависимости от коммуникативной ситуации. Именно совокупность средств реализации коммуникативных правил-предписаний составляет речевой этикет. Анализируя средства речевого этикета народа, мы путем обобщения сначала выявляем коммуникативные правила, а затем путем дальнейшего обобщения – коммуникативные предписания, установки.

Национальные, социальные, территориальные, возрастные особенности той или иной коммуникативной категории более многочисленны и разнообразны на уровне коммуникативных правил, нежели на уровне коммуникативных установок.

Дальнейшее исследование коммуникативной категории вежливости (как и других коммуникативных категорий, набор и количество которых должны быть уточнены для каждой коммуникативной культуры) предполагает изучение комплекса языковых средств реализации коммуникативных установок и коммуникативных правил в русском сознании и на этой основе уточнение как набора установок, так и состава коммуникативных правил.

Представляет также интерес изучение становления категории вежливости в коммуникативном сознании людей в возрастной динамике, а также сопоставление содержания и структуры категории вежливости в разных коммуникативных культурах.

Представляется, что для содержания категории вежливости в русском сознании характерно преобладание традиций над жесткими нормами, в то время как западное представление о вежливости предполагает значительно большее количество жестких норм и меньше традиций. Это положение требует проверки на фактическом материале.

Выявление набора и описание содержания коммуникативных категорий национального сознания представляет собой актуальную научную задачу.

Гольдин В.Е. Этикет и речь. Саратов, 1978.

Стернин И.А. Русский речевой этикет. Воронеж, 1996.

Формановская Н.И. Вы сказали «здравствуйте». Речевой этикет в нашем общении. М., 1982.

Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М., 1989.

Федорченко П.Ю. Гонорифический потенциал речи как основа идеального речевого поведения. (на материале романа Ф.М.Достоевского «Идиот»). Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. Белгород, 2001.

«Вежливость» как компонент коммуникативного сознания

Т.В.Ларина

Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория

В процессе общения люди, как правило, воспринимают и оценивают друг друга с позиций собственной культуры и внутренних, присущих ей стандартов, т.е. с позиций этноцентризма. Стارаясь предсказать коммуникативное поведение собеседника, они сознательно или бессознательно полагаются на свой предыдущий опыт общения, однако, если они являются представителями разных культур, то этот опыт у них существенно различается, что серьезным образом осложняет процесс коммуникации.

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 [см. Силяева 2002 : 54; Gudykunst & Nishida 1994 : 89-90].

Коммуникативное поведение людей является компонентом их национальной культуры и регулируется национальными нормами и традициями, в основе которых лежат глубокие исторические корни. Интерпретация поведения представителей другой культуры должна основываться на знании причин этого поведения.

Тип культуры, к которому принадлежат собеседники, является основополагающей причиной различий в их коммуникативном поведении. В процессе жизнедеятельности и адаптации к окружающей среде люди вырабатывают языки коммуникации, социальные нормы, правила общежития, нормативный этикет - все то, что регулирует социальную жизнь в данном сообществе. 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, с. 39) (курсив наш - Т.Л.).

В настоящее время является широко признанным тот факт, что верbalная коммуникация - это не только обмен информацией, но также и средство установления, поддержания и прекращения социальных отношений, демонстрация своего отношения к собеседнику. Чисто информативная речь является, скорее, исключением, чем правилом. В этой связи исследователи предлагают выделять *трансакциональное общение*, ориентированное преимущественно на передачу информации, и *интеракциональное общение*, целью которого является установление и поддержание межличностного контакта, достижение взаимопонимания, гармонии в общении (Орлов 1991, с.89). Особенности *интеракционального общения* играют важнейшую роль в межкультурных контактах.

Многие сложности межкультурной коммуникации возникают именно из-за неумения собеседников продемонстрировать свое отношение друг к другу в соответствии с нормами данного общества и конкретными ожидания партнера, в соответствии с национальной системой вежливости. Игнорирование национально-культурных особенностей вежливого поведения, непонимание их причин затрудняет общение и порождает многочисленные этнические стереотипы.

Так, М.Сифианоу указывает на широко распространенное мнение о том, что греки являются невежливым народом, во всяком случае, менее вежливым, чем англичане (Sifianou 1992, с.13). Дж. Лич пишет об общепринятом представлении о китайцах и японцах как очень вежливых по сравнению с европейцами и о русских и поляках как невежливых (Leech 1983, с.84). Дж.Томас отмечает существование стереотипов о грубых русских и немцах, подобострастных индийцах и японцах, неискренних американцах и высокомерных англичанах (Thomas 1983, с.97, Thomas 1984, с. 227). Согласно сложившемуся стереотипу, англичане в глазах русских являются вежливыми, галантными, учтивыми, даже чопорными, но при этом сдержанными, малообщительными, холодными, невозмутимыми, равнодушными ко всему (Кобозева 1995, с.102-116). Русские же воспринимаются представителями многих других культур (в том числе английской) как люди излишне эмоциональные, агрессивные, любопытные, навязчивые, бесцеремонные, пессимистичные, неприветливые. При этом обычно приводят следующие доводы: они не всегда благодарят и извиняются, резко прекращают разговор, оказывают давление на собеседника, не контролируют эмоции, любят давать советы,

критиковать, спорить и т.д., хотя при культурологическом анализе такому поведению можно дать объяснения (см.Ларина 2003).

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, с. 240-241).

При рассмотрении вопроса о вежливости в межкультурном аспекте, следует исходить из того, что понимание вежливости в разных культурах различно. Так, у одних народов вежливость может ассоциироваться с почтительностью и даже почитанием, у других – со скромностью, у третьих – с демонстративным вниманием к окружающим. Являющееся наиболее стандартным определение вежливости как проявления уважения, внимания к другим (Формановская 2002, с.16; Карасик 2002, с.76), также не представляется приемлемым для межкультурной коммуникации, поскольку даже такие универсальные понятия, как *уважение, внимание* имеют разное содержание (ср., например, внимание в незнакомой женщине в арабских странах и Латинской Америке, уважение старших на Востоке и в Европе).

В каждой культуре существует свой концепт вежливости. Разное содержание данного концепта находит свое отражение в языке и речи и проявляется в лексико-грамматических, функциональных, прагматических, дискурсных особенностях.

Поскольку вежливость в разных культурах понимается по-разному, некорректно говорить о том, что один народ невежлив или более вежлив, чем другой, так как для определения степени вежливости отсутствует «культурносвободное» основание (термин А. Вежбицкой).

Предпринимаются попытки найти такое основание. Так, Е.А.Ничипорович предлагает рассматривать отсутствие / наличие ИНТЕРПЕРСОНАЛЬНОЙ ГРАНИЦЫ в качестве общего основания для констант «душевная теплота / сухость» и «вежливость / невежливость» (Ничипорович 2002, с.102). По мнению автора, в русском речевом сообществе данная константа отсутствует. Вежливость предлагается рассматривать как производную концепта ГРАНИЦА, а знаки вежливости как маркеры интерперсональных границ (там же).

При всей оригинальности данного взгляда на вежливость вряд ли можно рассчитывать на то, что наличие / отсутствие данной константы объясняет все особенности вежливого / невежливого поведения в той

или иной культуре. Кроме того, трудно согласиться с тем, что в русской коммуникации отсутствует константа *интерперсональная граница*. Как в таком случае можно объяснить наличие в русском языке *Вы*-формы и обращений по имени-отчеству, и в то же время как объяснить допустимость фамильярных, с нашей точки зрения, обращений по имени к старшим по возрасту и статусу в английской культуре, характеризующейся незыблемыми интерперсональными границами?

Утверждение об отсутствии интерперсональной границы в русской коммуникации можно считать справедливым, если рассматривать горизонтальные отношения. Однако горизонтальные отношения не объясняют всех коммуникативных особенностей. Необходимо учитывать также и вертикальные отношения. В этом случае мы наблюдаем обратное – наличие интерперсональной границы в русской коммуникативной культуре и ее слабая выраженность в английской.

Понять и объяснить, что такое вежливость, можно только при комплексном социокультурном подходе на междисциплинарном уровне - через рассмотрение культуры и особенностей социальных отношений, характерных для ее представителей, то есть, прежде всего, через культурную антропологию. Поддерживая утверждение Б.Фрейзера о том, что вежливость – это динамический концепт, меняющийся во временном плане (Fraser 1990), считаем необходимым добавить, что это также и варьирующий концепт, меняющийся в зависимости от территориально-культурной принадлежности. Помимо временного вектора на содержание вежливости влияет также пространственный вектор.

Думается, вежливость следует рассматривать как коммуникативную категорию. Под коммуникативными категориями понимаются самые общие коммуникативные понятия, упорядочивающие знания человека об общении и нормах его осуществления (Стернин 2002, с.5). Коммуникативные категории отражают коммуникативное сознание человека, они содержат определенные концептуальные знания о коммуникации, а также нормы и правила общения.

Среди коммуникативных категорий, регулирующих коммуникативную деятельность, исследователи выделяют *общение, толерантность, коммуникативную неприкосновенность, коммуникативную оценочность, коммуникативное давление* и др. (см. Стернин, Шилихина 2001; Шаманова 2002).

На наш взгляд, категория вежливости является одной из важнейших коммуникативных категорий, поскольку она носит для

коммуникативного сознания сквозной характер и интегрирует целый ряд более частных категорий. Ей принадлежит важнейшая роль в обеспечении и организации гармоничного общения.

Как и коммуникативное сознание в целом, категория вежливости имеют национально-культурную специфику, и рассматривать ее можно, переходя от типа культуры и структуры социальных отношений к основным культурным ценностям и принятым нормам, и далее – к правилам коммуникации. Такой путь обладает большими объяснительными возможностями и позволяет понять причину различий коммуникативного поведения, увидеть, проследить определенную логику в действиях представителей другой культуры.

Как писал Э.С.Маркарян, «этнические культуры представляют собой исторически выработанные способы деятельности, благодаря которым обеспечивалась и обеспечивается адаптация различных народов к условиям окружающей их природной и социальной среды» (Маркарян 1978, цит. по Лурье 1998, с. 156). Тип культуры определяет структуру социальных отношений, наиболее приемлемых для определенного сообщества, жизненные ценности, вырабатывающие нормы и правила межличностного коммуникативного поведения.

Нормы формируют определенную систему взаимоотношений, основанных на правах и обязанностях, систему социального взаимодействия, которая включает мотивы, цели, направленность субъектов действия, само действие, ожидания, оценку и средства (Кравченко 200, с. 91). При этом норма – это не обязательно закон, подлежащий исполнению. В зависимости от строгости их соблюдения выделяются привычки, обычаи, традиции, нравы, законы, табу (перечислены по нарастающей).

Для соблюдения норм в речевом общении существуют определенные стратегии, зафиксированные в сознании представителей конкретной лингвокультуры, которые регулируют их вербальное поведение в соответствии с коммуникативным контекстом и ожиданиями партнера. *Вежливость, на наш взгляд, это, прежде всего, соблюдение норм общения путем использования культурно-специфических коммуникативных стратегий, которые отражают социально-культурные ценности и соответствуют коммуникативным ожиданиям партнера.*

Вежливость связана с этикетом. Однако эти два важных для коммуникации явления полностью не совпадают. Вежливость шире этикета. Этикет – это свод коммуникативных норм и правил. Вежливость – это система коммуникативных стратегий и тактик, используемых в реальном общении и напцеленных на достижение

гармонии и взаимопонимания. Вежливость включает в себя все то, что способствует гармоничному, бесконфликтному общению, несмотря на тот факт, что какие-то из ее элементов могут не являться (на определенном этапе или в конкретной коммуникативной ситуации) нормой, закрепленной этикетом.

Предлагаем следующее определение вежливости:

Вежливость – национально-специфическая коммуникативная категория, содержанием которой является система ритуализованных стратегий коммуникативного поведения (языкового и неязыкового), направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соблюдение общественно-принятых норм при интеракциональной коммуникации (установлении, поддержании и завершении межличностного контакта).

Коммуникативная стратегия – это соотнесение коммуникативных действий с целью коммуникации.

На речевом уровне *коммуникативная стратегия* представляет собой соотнесение речевых действий с целью коммуникации и конвенциональными языковыми средствами, при помощи которых она реализуется. Таким образом, *вербальная (речевая) вежливость*² представляет собой систему коммуникативных стратегий и обслуживающих их конвенциональных языковых средств.

Коммуникативную стратегию определяет «макроинтенция участника диалога, ...обусловленная социальными и психологическими ситуациями» (Лазуткина 1998, с.73). Говоря о межкультурной коммуникации, очевидно, следует добавить, что коммуникативная стратегия определяется также коммуникативным сознанием участника диалога, которое во многом определяет выбор средств достижения той или иной коммуникативной цели в конкретной коммуникативной культуре.

Основная цель вежливого поведения состоит в том, чтобы показать партнеру доброжелательное отношение к нему. Достигается эта цель при помощи разнообразных коммуникативных стратегий и тактик, выбор которых зависит от многих коммуникативных факторов - ситуативных, психологических, социальных, культурных. Так, например, делая приглашение, русские коммуниканты в целях большего прагматического эффекта допускают усиление воздействия

² В англоязычной литературе есть термин *лингвистическая вежливость* (*linguistic politeness*) (Kasper 1990).

на собеседника (*Приходи ко мне на день рождения. Только обязательно, буду очень ждать*), англичане, напротив, предпочитают минимизировать давление, делают приглашение в максимально косвенной форме (*I'm just wondering whether you would like to come to my birthday party*); в ответ на приглашение русские коммуниканты, как правило, благодарят и обещают прийти (*Спасибо, обязательно приду*), англичане дают эмоциональную оценку (*Great, That would be lovely*) (о стратегиях вежливости в английской коммуникативной культуре в сопоставлении с русской см. Ларина 2001, 2002).

Как справедливо отмечает М.Л.Макаров, коммуникативная стратегия всегда отличается гибкостью и динамикой, в ходе общения она подвергается постоянной корректировке (Макаров 2003, с. 194).

Вежливость в целом представляет собой гибкую систему стратегий, поскольку в процессе общения в связи с меняющимся коммуникативным контекстом коммуниканты вынуждены корректировать свое коммуникативное поведение, стараясь сделать наиболее оптимальный выбор стратегий и языковых средств с тем, чтобы произвести на партнера самое благоприятное впечатление.

Поскольку стратегии вежливости, соответствующие им цели и условия коммуникации закрепляются за теми или иными ролями, а также конвенциональными речевыми средствами, можно говорить о том, что они являются *ритуализованными*.

Таким образом, мы исходим из того, что *вежливость*, несмотря на свою универсальность, имеет релятивный характер, конкретное ее содержание является национально-специфичным. Эта специфика проявляется не только через особенности употребления разных этикетных формул, но в первую очередь через разные коммуникативные стратегии, коммуникативные действия, направленность которых определяется социально-культурными параметрами: типом социальных отношений и господствующими культурными ценностями.

Такой подход к рассмотрению вежливости представляется оправданным и перспективным, он обладает большими объяснительными возможностями и может найти широкое практическое применение, в том числе в преподавании. При обучении общению на иностранном языке недостаточно ограничиваться речевыми этикетными формулами, наиболее типичными для тех или иных ситуаций общения. Представляется, что в центре внимания должны находиться предопределенные социально-культурными факторами коммуникативные стратегии, которые в зависимости от

коммуникативной цели и определяют выбор тех или иных речевых штампов (формул речевого этикета).

Такой подход к преподаванию иностранных языков постепенно получает все большее признание (см. Hammer 1994, с.248; Clyne 1994, с. 23; Kasper & Kellerman 1997; Byram 1994, 1997; de Jongste 2000, с. 49; McCarthy 2001, с.103). Наряду с лингвистической, социолингвистической, социокультурной и дискурсной компетенцией выделяется также стратегическая компетенция (*strategic competence*), которая связана с остальными составляющими межкультурной компетенции и является необходимой при межкультурном общении (Trosborg 1995, с.10 -11; Byram 1997, с. 10).

Незнание стратегий, специфичных для другой коммуникативной культуры, приводит к тому, что коммуниканты строят высказывания, используя свои собственные стратегии, что становится причиной неверного восприятия собеседниками их коммуникативных намерений и в итоге - к коммуникативной неудаче.

Сопоставительный анализ коммуникативных действий, совершаемых представителями разных лингвокультур в одинаковых ситуациях общения, позволяет выявить наиболее типичные коммуникативные стратегии для каждой из них и на их основе сформулировать рекомендации, или коммуникативные правила, которыми следует руководствоваться при общении с представителями другой культуры.

Byram, Michael, Carol Morgan. *Teaching – and - Learning Language - and – Culture*. Clevedon: Multilingual matters, 1994.

Byram, Michael. *Teaching Culture and Language: Towards and Integrated Model* // Coulmas, Florian (ed.). *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell Publishers, 1997. Pp. 17 – 32.

De Jongste, Henry. *Teaching English for the Global Market* // Lynch, D. & Pilbeam, I. (eds.). *Heritage and Progress: From the Past to Future in Intercultural Understanding*. SIETAR Europa Congress, 2000. Pp. 44-50.

Gudykunst, William B. & Nishida, Tsukasa. *Bridging Japanese / North American Differences*. Sage Publications, 1994.

Hammer, Michael R. *Intercultural Communication Competence* // Asante, Molefi K. and Gudykunst, William B. *Handbook of International and Intercultural Communication*. – Sage Publication, 1994. Pp. 247 – 260.

- Kasper, Gabriele and Eric Kellerman (eds.). *Communication Strategies: Psycholinguistic and Sociolinguistic Perspectives*. London and New York: Longman, 1997.
- Kasper, Gabriele. *Linguistic Politeness: Current Research Issues* // *Journal of Pragmatics* 14 (2). 1990. – Pp. 193–218.
- Leech, Geoffrey N. *Principles of pragmatics*. London and New York: Longman, 1983.
- McCarthy, Michael. *Issues in Applied Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Sifianou, Maria. *Politeness Phenomena in England and Greece*. Oxford, NY: Oxford University Press, 1992
- Tanaka, Shigenori & Saiki Kawade. *Politeness strategies and second language acquisition* // *Studies in Second language acquisition*. 5. 1982. Pp.18-33.
- Thomas, Jenny. *Cross-Cultural Discourse as ‘Unequal Encounter’: Towards a Pragmatic Analysis* // *Applied Linguistics* 5 (3), 1984. Pp.226 – 235.
- Thomas, Jenny. *Cross-cultural pragmatic failure* // *Applied Linguistics*, 4. 1983. Pp. 91 –112.
- Trosborg, Anna. *Interlanguage Pragmatics: Requests, Complaints and Apologies*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1995.
- Кобозева И.М. Немец, англичанин, француз и русский: выявление стереотипов национальных характеров через анализ коннотаций этнонимов // Вестник МГУ, серия 9, филология. 1995, №3. – С.102-116.
- Кравченко А.И. Культурология: Учебное пособие для вузов. Изд. 2-е доп. и испр. М.: Академический Проект, 2001.
- Лазуткина Е.М. Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы // Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. (ред.). Культура русской речи. М., 1998. С.72 – 82.
- Ларина Т.В. Вежливость в межкультурном общении // *Русский язык за рубежом*. 2003. №1. С.100-105.
- Ларина Т.В. Стратегии негативной вежливости, или стратегии отдаления, в английской коммуникации (в сопоставлении с русской) // Россия и Запад: диалог культур. 9-ая Международная конференция. М.:МГУ, 2003. -С. 197-208.
- Ларина Т.В. Стратегии позитивной вежливости в английской коммуникации (в сопоставлении с русской) // Россия и Запад: диалог культур: М-лы 8-ой Международной конференции. М.:МГУ, 2001.- С.195-205.

- Лурье С.В. Историческая этнология: Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 1997.
- Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гноэс», 2003.
- Маркарян Э.С. Об исходных методологических предпосылках исследования этнических культур // Методологические проблемы этнических культур: Материалы симпозиума. Ереван, 1978.
- Муратов А.Ю. Political correctness and national mentality // Россия и Запад: диалог культур. Том 1. : Доклады 7-й конференции. М., 2000. Вып.8-й. С. 237 – 242.
- Ничипорович Е.А. Константы культуры в повседневном интернациональном общении // Межкультурная коммуникация и перевод: Материалы межвузовской конференции. М.: МОСУ, 2002. С.101-104.
- Орлов Г.А. Современная английская разговорная речь. М., 1991.
- Силяева Е.Г. Формирование культуры общения в полиглассической среде // Межкультурная коммуникация и перевод. Материалы межвузовской конференции. М.: МОСУ, 2002. С.53-58.
- Стернин И.А. Русское коммуникативное сознание // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 3. Воронеж: изд-во «Истоки», 2002. С.5-13.
- Стернин И.А., Шилихина К.М. Коммуникативные аспекты толерантности. Воронеж: изд-во «Истоки», 2001.
- Флиер Ф.Я. Культурология для культурологов. М.: Академический Проект, 2000.
- Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет. Москва: изд-во ИКАР, 2002.
- Шаманова М.В. К изучению категории *общение* в русском сознании // Язык и национальное сознание. Вып.3. Воронеж: Истоки, 2002. С.56-62.

Е.А.Зацепина

К изучению концепта *вежливость*

Вежливость является неотъемлемой частью культуры любого народа и, как элемент коммуникативного сознания, может быть исследована как коммуникативная категория, имеющая определенную ментальную ценность (Стернин 2003, с.98).

Наличие коммуникативной вежливости –необходимое условие для эффективного общения. Именно с ее помощью мы демонстрируем присущую нам культуру поведения (Формановская 2001, с.67).

Вежливость как коммуникативная категория универсальна, т.е. присуща коммуникативному поведению всех народов, но, однако, имеет множество национально-специфических проявлений.

Целью нашего исследования является описание концепта *вежливость* в концептосфере русского языка. В данной статье представлен метод описания концепта через построение семантических ключевого слова-репрезентанта (См. Попова. Стернин 2003, с.102).

Для построения семантических ключевого слова, объективизирующего данный концепт, был использован анализ словарных дефиниций лексем-репрезентантов *вежливый*, *вежливость* в диахроническом и синхроническом аспектах.

Слово *вежливый* появилось в древнерусский период становления русского языка. Оно образовано с помощью суффикса *-ьлив* (современный лив) от неупотребимого сейчас *вежжа* (знаток), которое, в свою очередь, является производным от глагола *ведать*.

В «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля зафиксировано уже два значения. Одно преподносится как устаревшее и трактуется как «знающий, сведущий; ученый, образованный», например *non-вежжа*. Второе значение, современное, определяет вежливость как «образование внешнее, знание обычаев и приличий», а *вежливый* человек, по Даю, это, прежде всего, тот, кто соблюдает светские, житейские приличия, учтивый, услужливый, предупредительный.

В «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова зафиксировано уже одно значение лексемы *вежливый*: учтивый, благовоспитанный, приличный, а *вежливость* определяется как учтивость, благовоспитанность, соблюдение бытовых приличий.

Однако исследование языкового материала позволяет говорить о том, что долгое время в общественном сознании значение «ученый, образованный» являлось ведущим в семантической структуре слова *вежливый*.

На данном этапе в русском языке функционируют два слова, различные по происхождению, когда-то имевшие одно значение *необразованный*. Это старославянское *невежда* и русское *невежа*. Сегодня они имеют разное значение: *невежа* – грубый, невоспитанный человек; *невежда* – малообразованный, малосведущий человек.

У А. Островского в пьесе «Не все коту масленица» один из персонажей говорит: «От образованных людей, конечно, ожидать нельзя (речь идет о грубых поступках), а по нашей стороне (т.е. купеческой) всего дождешься. Кругом нас такое *невежество-то* свирепствует, - страсть!» Даже сегодня можно услышать грубо-

просторечное выражение «Куда лезешь, а еще в очках!» (т.е. поступаешь невежливо, хотя претендуешь на звание ученого, образованного человека). Таким образом, семантическая связь «образованный – вежливый» ощущается и в наши дни.

Современные толковые словари приводят сходные значения данных лексем: *вежливый* – *учтивый, соблюдающий приличия, проявляющий воспитанность, вежливость соблюдение правил приличия, учтивость, обходительность, предупредительность* (Словарь современного русского литературного языка: В 17 т. М.-Л., 1959г; Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 1988 г; Большой толковый словарь русского языка /Под ред. Кузнецова С.А. СПб, "Норинт", 2000г.).

Таким образом, развитие семантической структуры лексем *вежливость, вежливый* можно представить в следующей последовательности семантических шагов: знающий – образованный – культурный, воспитанный – соблюдающий внешние приличия.

В начале XX века *вежливость* в значении «учтивость, обходительность» входила в семантический комплекс, характеризующий интеллигентного человека, его поведенческие, моральные, этические качества, отличающие от других сословий, социальных групп (образованность, культурность, обходительность, деликатность, вежливость). После Великой октябрьской социалистической революции, в результате переосмыслиения семантики слова, «интеллигент» был противопоставлен «народу». Об этом говорят неодобрительные эпитеты и определения *безликий интеллигент, вшивый интеллигент, буржуазный интеллигент, гнилой интеллигент* и др. Быть вежливым человеком в революционной России значило быть оторванным от простого рабочего класса, это воспринималось как демонстрация принадлежности к эксплуататорскому сословию. Негативное отношение к интеллигенции в это время, несомненно, повлияло на положение концепта *вежливость* в концептосфере русского языка.

Для анализа исследуемого концепта были использованы и другие методики.

Анализ словаря антонимов под ред Л.А.Новикова показал, что антонимов к слову *вежливый* нет; вместе с тем в словаре приводится лексема *вежливый* как антоним слова *грубый* наряду с квазиантонимами *корректный, деликатный, учтивый*. Данный порядок слов внутри антонимической парадигмы можно объяснить, скорее всего, традиционной закрепленностью. Это свидетельствует о том, что в современном языковом сознании *вежливость* имеет

меньшую яркость и выступает как антипод *грубоcти*, отсутствие грубоcти. Следовательно, дихотомия «*вежливость – грубоcть*» носит контрапарный характер (т.е. между ними не мыслится что-то среднее; человек, который не грубит, уже считается вежливым), а *грубоcть* является базовым членом в данной оппозиции.

Концепт *вежливость* в семантическом пространстве русского языка вербализуется и другими лексемами. Анализ синонимического ряда ключевого слова позволяет получить более полное представление о концепте.

Лексема *вежливый* является доминантой в синонимической парадигме, заключая в себе основное значение данной микросистемы (Словарь синонимов русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой. – М., 2001; Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка. – М., 1975).

Лексема *учтивый* определяется как проявление внимания и предупредительного отношения к кому-либо, *корректный* – как способность вести себя в полном соответствии с существующими правилами поведения.

Уважительный употребляется преимущественно в разговорной речи; *обходительный* имеет дополнительную сему «приятный в обращении», *предупредительный* и *любезный* отличается от доминанты дополнительными семами «готовность помочь, оказать услугу»; *галантный* определяется как «изысканно вежливый и любезный».

Таким образом, анализ словарных дефиниций ключевых слов и их синонимов и использование приема когнитивной интерпретации позволяет выделить ряд когнитивных признаков исследуемого концепта:

1. Соблюдение правил приличия.
2. Проявление воспитанности.
3. Отсутствие грубоcти.
4. Учтивое, предупредительное обращение.
5. Готовность оказать услугу.

Для выявления признаков концепта может быть также использован анализ словообразовательного гнезда слова.

Слова, составляющие словообразовательное гнездо лексемы *вежливый* (Тихонов М. Словообразовательный словарь. М., 1990), немногочисленны и преимущественно не имеют стилистической окраски. Единственное слово *вежливенько* имеет дополнительную коннотативную сему. Частеречная принадлежность слов ограничена существительным, прилагательным и наречием.

На синтагматическом уровне можно выделить следующие наиболее распространенные сочетания: вежливый человек, вежливый офицант, продавец, вежливое обращение, обхождение, вежливый вопрос-ответ, вежливая просьба, намек, отказ, вежливый поклон, тон, вежлив по отношению к кому-либо, вежливо сказать, спросить и т.д. Таким образом, *вежливость* проявляется прежде всего в общении, поведении человека, а также в жестах, мимике, позе.

Стернин И.А. Об особенностях русского коммуникативного сознания // Человек в информационном пространстве. Межвузовский сборник научных трудов. – Ярославль, 2003.

Формановская Н.И. Речевой этикет и вежливость // Русская словесность. 2001, №3, с.67.

Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Изд.3. Воронеж, 2003.

И.А. Романова

Концепт «вежливость» и его объективация в русском языке

Лексема «вежливый» является ядерным языковым средством объективации концепта *вежливость* в русском языке.

Но концепт «вежливость» выражается в языке не только словом «вежливость», но и различными его синонимами: *учтивость, корректность, предупредительность, обходительность, любезность, деликатность, куртуазность /уст., теперь шутливо/, галантность* (по отношению к женщине).

Интересно, что анализ словаря антонимов под редакцией Л.А. Новикова показал, что антонимов к слову «вежливый» нет, но, вместе с тем, приводится слово «вежливость» как антоним слова «грубость», наряду со словами «корректность», «деликатность». «учтивость». *Вежливость*, таким образом, в русской концептосфере имеет меньшую яркость, чем *грубость* и выступает не самостоятельно, как определенное коммуникативное или поведенческое качество, а скорее как антипод грубости. Вежливость осознается и видится русским сознанием как отсутствие грубости, грубость. Таким образом, *грубость* оказывается базовым членом оппозиции.

Концепт «вежливость» находит свое выражение и во фразеологии. Интересно, что в русской фразеологии актуальным для русского сознания оказывается выражение вежливости, вежливое поведение прежде всего по отношению к вышестоящим, либо вежливость связывается в сознании с просьбой. Например: *будь добр* – форма вежливого обращения к кому-либо с просьбой или требованием; или *бить поклоны* – выражать чувство глубокого уважения, почтения.

Говоря о синтаксических связях слова «вежливый», можно выделить следующие наиболее распространенные словосочетания: *вежливый взгляд, вежливое обращение, вежливое слово, вежливый ответ, вежливый отказ, вежливая просьба, вежлива улыбка, вежливый поступок, вежливая речь, вежливое обращение, вежливая поза, жест, вежливое приветствие, вежливым быть, умеренная вежливость, показная вежливость.*

Эти словосочетания показывают, что вежливость проявляется прежде всего в речи, общении, разговоре, а также в мимике, жестах, поведении. Кроме того, в русском языке вежливость воспринимается как умение держать себя в рамках приличия.

Согласно «Частотному словарю русского языка» под редакцией Л.Н.Засориной, ключевыми словами, выражающими концепт «вежливость» в русском языке, являются слова «вежливо», «вежливый», «любезно», «любезный», «культурность», «культурный», «приличный», «прилично», причем прилагательные «вежливый», «любезный», «культурный», «приличный» заметно более частотны, чем наречия, обозначающие те же понятия.

Наиболее распространены эти слова в драматургическом стиле и стиле художественной прозы, реже их можно встретить в газетно-журнальном стиле, а в научно-публицистическом стиле встречаются лишь единичные употребления слов «прилично», «приличный», «любезный». Достаточно частотными оказываются лексемы «вежливость» /7/, «обходительный» /8/, «любезность» /5/, «деликатно» /5/, «деликатный» /7/, «культурно» /7/. В то же время «культурный», «культурность», являясь наиболее частотными среди выше названных / 20 и 91/, наиболее часто встречаются именно в научно-публицистическом стиле. В целом же, судя по частному словарю, концепт «вежливый» в русском языке достаточно редко актуализируется в речи, что свидетельствует о его периферийности в концептосфере русского языка.

Культурный и вежливый: сходство и различия

Одна из задач когнитивной лингвистики предполагает изучение национальной концептосферы, зависящей от социальных норм и национальной культуры.

Цель данной работы — определить сходство и различие концептов “культурный” и “вежливый” в русском коммуникативном сознании.

Был проведен ряд экспериментов, сходные по смыслу ответы испытуемых обобщались.

Эксперимент 1.

Испытуемым был предъявлен список признаков (*вежливый*, *тактичный*, *воспитанный*, *внимательный*, *интеллигентный*), выбранных из словарных толкований слова «культурный». Предлагалось задание: разложить карточки по степени убывания важности соответствующих признаков для исследуемого значения (самую важную разместить сверху).

Количество *ии* — 100 человек (28 м., 72 ж.). Возрастной состав: до 25 лет — 50 чел., 41-60 лет — 50 чел.

Результаты эксперимента (процент отражает количество *ии*, выделивших данный признак в качестве самого яркого, важного):

- воспитанный — 30 (60 %)
- внимательный — 21 (42 %)
- интеллигентный — 19 (38 %)
- вежливый — 16 (32 %)
- тактичный — 14 (28 %)

Была выявлена также возрастная специфика когнитивных признаков, образующих исследуемые концепты.

Результаты исследования отражены в следующей таблице:

Признаки	18-25 лет	41-60 лет
Воспитанный	26 (52 %)	4 (8 %)
Интеллигентный	8 (16 %)	11 (22 %)
Вежливый	6 (12 %)	10 (20 %)
Тактичный	8 (16 %)	6 (12 %)
Внимательный	2 (4 %)	19 (38 %)

Итоги эксперимента показывают: *культурный* — это прежде всего *воспитанный*, с точки зрения молодежи (первая группа);

внимательный — по мнению лиц среднего возраста (вторая группа). Признак *вежливый* не является яркой составляющей концепта *культурный*, но для второй группы опрашиваемых этот признак является более значимым.

Эксперимент 2 .

Испытуемым предлагались вопросы следующего содержания:

1. Культура — это...(метод субъективной дефиниции).

2. Культурный — какой?

3. Вежливый — какой?

Результаты анкетирования.

1. Культура — это нормы поведения в обществе (41), совокупность материальных и духовных ценностей общества (23), традиции и обычаи поколений (10), воспитанность и образованность (9), искусство, высокая нравственность (7), тактичность, правильная речь (5), способность понимать (4), умение преподнести себя воспитанным, вежливость (3), добропорядочность, умение слушать (2), коммуникабельность, спокойный отдых (1).

2. Культурный — воспитанный (36), знающий и соблюдающий нормы поведения (29), образованный, грамотный (22), вежливый (21), интеллигентный (10), тактичный (6), уважающий себя и окружающих (5), умеющий вести себя в различных ситуациях (4), владеющий нормами литературного языка, со вкусом одетый, всесторонне развитый, внимательный (3), умный, любящий духовные ценности, не обижающий других, просвещенный, порядочный, добрый, спокойный (2), умеющий ухаживать, скромный, человек без недостатков, добросовестный, не разбрасывающийся “грязными” словами, опрятный, умеющий поддерживать разговор на любую тему, обходительный, идущий в ногу со временем, посещающий театры (1).

3. Вежливый — культурный (29), знающий правила поведения в общественных местах, правильный, приличный, воспитанный, этичный, аккуратный, образованный (25), спокойный, тихий, скромный (24), затруднились ответить (19), тактичный (12), соблюдающий приличия (6), умеющий вести себя в обществе (4), уважительный, терпимый, неконфликтный (1).

Обсуждение результатов.

Метод субъективных дефиниций позволяет сделать такой вывод: *культура* в русском коммуникативном сознании отражается в знании и применении норм и правил поведения в обществе, в совокупности духовных богатств общества. Признак *вежливость* присутствует, но не несет яркой смысловой нагрузки, способствующей считать его достаточно релевантным при определении концепта *культура*.

В сознании носителей русского языка *культурный* тот, кто знает нормы и правила поведения в обществе и следует им. *Вежливый* — один из когнитивных признаков, характеризующих этот концепт, — имеет высокую яркость, но играет отнюдь не ведущую (в отличие от признака *воспитанный*) роль.

Вежливый в понимании *ии* — культурный, правильный. Признак *культурный* является яркой составляющей исследуемого концепта.

Таким образом, концепты *культурный* и *вежливый* близки по содержанию, тесно взаимосвязаны, но не тождественны.

Е.А.Зацепина

Гендерные особенности концептов *вежливость, грубоcть* в русском сознании

Наличие гендерной специфики концептов в сознании народа — особенность любой концептосферы. Важно выяснить, насколько гендерная специфика касается коммуникативных концептов и категорий.

Целью нашего исследования является выяснение содержания концептов *вежливость, грубоcть* в русском гендерном коммуникативном сознании.

Исследование носило экспериментальный характер. Двум группам испытуемых (каждая из которых работала изолированно и только с одной лексемой) предлагались бланки следующего содержания:

1. Грубоcть (вежливость) — это...;
2. Подберите слово, близкое по значению;
3. Подберите слово, противоположное по значению.

Таким образом, испытуемым был предложен рецептивный эксперимент (анализ субъективного восприятия испытуемыми значения того или иного слова); в первом случае был применен метод субъективных дефиниций, во втором — метод подбора синонимов (симилятивный эксперимент), в третьем — метод подбора антонимов (оппозитивный эксперимент).

Время работы не ограничивалось (почти всем участникам эксперимента для выполнения задания потребовалось около 5 минут). Фиксировался пол и возраст испытуемых. Всего в эксперименте приняло участие 300 человек, из них 221 девушка и 79 юношей. Все испытуемые являются студентами дневного и заочного обучения.

Эксперимент показал, что опрашиваемые в основном не испытывали трудности при ответах на вопросы. Некоторые

затруднения вызвало первое задание (2 человека не смогли дать субъективное определение *вежливости*). Во втором и третьем задании большинство давали две и более реакций.

Результаты эксперимента обобщались и подвергались когнитивной интерпретации, то есть осмысливались как содержание соответствующих концептов, представленных в языке словами-репрезентантами *вежливость, грубость*.

При обработке результатов сходные ответы испытуемых (субъективные дефиниции, синонимы, антонимы) обобщались, а их частотность суммировалась.

В результате анализа субъективных дефиниций были получены следующие признаки концепта *вежливость* (реакции даются с указанием количества упоминаний данного признака всеми испытуемыми; указаны все реакции, в том числе и единичные: *культурность, культурное обращение с людьми* 22, *умение правильно вести себя в обществе во всех жизненных ситуациях* 22, *доброжелательное отношение к окружающим* 21, *знание правил общения и этикета, соблюдение приличий* 21, *тактичность, корректность в отношениях с людьми* 20, *уважительное отношение к окружающим* 19, *хороший тон, манеры* 17, *хорошее отношение к другим* 16, *воспитанность, качество воспитанного человека* 15, *помощь в трудных ситуациях, отзывчивость* 13, *употребление вежливых слов, умение правильно говорить,держанность, способность держать себя в руках* 9, *приветливый человек, положительное качество человека* 8, *умение правильно общаться* 6, *форма поведения* 5, *не употреблять грубых слов* 4, *пунктуальность, аккуратность* 3, *понимание, умение обходитьсь с дамами* 2.

Единичные реакции: *мягкость в общении, ответственность, отсутствие грубости, адекватное поведение, терпимость, состояние души, интеллигентное отношение, умение выйти из конфликтной ситуации, образованность, приятный человек, этикет*.

Таким образом, вежливость для сегодняшнего русского человека – это положительное качество характера, которое проявляется в актах общения и поведении человека в общественных местах (многие испытуемые указывали конкретные формы проявления вежливости: уступить место в автобусе старшему, перевести бабушку через дорогу, говорить вежливые слова, здороваться, не повышать голоса и т.д.).

Интересно, что испытуемые, когда давали субъективные дефиниции абстрактным словам *вежливость, грубость*, часто просто описывали вежливого или грубого человека. Кстати, в большинстве толковых словарей русского языка словарные дефиниции данных

лемесм отталкиваются от значений имен прилагательных *вежливый, грубый*. В соответствии с этим концепт *вежливость* связан в русском сознании с образом идеального вежливого человека, доброжелательного, культурного, воспитанного, умеющего находиться в обществе, знающего правила общения и этикет, с вниманием относящегося к окружающим.

Обобщение материала, полученного в результате проведения эксперимента со словом *грубость*, позволяет выявить следующие признаки этого концепта в русском коммуникативном сознании: *неуважение к окружающим* 40, *жестокость по отношению к другим*, *злость* 25, *невоспитанность, невоспитанный человек* 23, *унижение человека в словесной форме, употребление грубых слов* 21, *агрессивность, проявление силы, насилие* 20, *невежественное отношение, некультурность* 16, *плохое, негативное отношение* 15, *резкость, жесткость по отношению к окружающим, отрицательное качество человека* 14, *наглое, хамское отношение к окружающим* 13, *небрежное, бесцеремонное обращение с другими, недоброжелательное отношение, черствость* 12, *бестактное отношение, поведение* 9, *невежливое отношение* 7, *несдержанность в любых ситуациях* 6, *повышение голоса* 5, *неумение общаться, неспособность найти общий язык с окружающими* 3, *негативное поведение, отсутствие понимания, неучтивое отношение, неадекватная реакция, неуважение старших* 2.

Единичные дефиниции: *беспринципный человек, не позволяющее человеку поведение, нарушение норм поведения, отталкивающий человек, неприятный на ощупь предмет, гадость в общении, проявление своей слабости, ответная реакция на раздражение, отсутствие вежливости, отсутствие ласки и любви, попытка выразить себя, безразличие, пошлое отношение*.

Таким образом, *грубость* выступает как отрицательное качество человека, реализующееся в виде грубых слов (оскорблений, ругательств) и грубых поступков, часто агрессивных и жестоких. *Грубость* в сознании носителей русского языка представлена образом грубого человека, которого можно наблюдать в повседневной жизни. Это невоспитанный, бесцеремонный человек, не уважающий окружающих, употребляющий грубые слова, который может прибегнуть к физической силе.

Таким образом, концепты *вежливость* и *грубость* могут быть описаны по результатам эксперимента следующим образом:

Вежливость – это воспитанность 18 %, уважение 12 %, тактичность, корректность 10%, культурность 10%, отзывчивость 8%,

доброжелательность 8%, учивость 7%, мягкость 6%, обходительность 5%, образованность 3 %, нежность 2%, ласка 2%, умение вести себя в обществе 2%.

Грубость – это хамство 15 %, невоспитанность 12 %, невежество 12%, жестокость 11% , неуважение 9%, наглость 8%, злость 8% , бесактность 7%, агрессивность 5% ,невежливость 5%, дерзость 3%, нахальство 2%.

Теперь рассмотрим гендерную дифференциацию исследуемых концептов.

Для мужчин более значимыми признаками *вежливости* являются умение вести себя в обществе, доброжелательное отношение к окружающим, сдержанность, спокойствие во всех ситуациях; женщины выделяют такие качества, как культурность, уважение в отношениях между людьми. Кроме того, были отмечены индивидуальные признаки, встретившиеся только у мужчин (умение обходиться с дамами, образованность) и женщин (хороший тон, манеры, обходительность).

Гендерная специфика при определении *грубости* проявляется в том, что в женском коммуникативном сознании доминируют такие признаки, как неуважение, невоспитанность, жестокость по отношению к другим; в сознании мужчин *грубость* представлена большим количеством единичных признаков и связана прежде всего с применением физической силы и употреблением грубых слов. Кроме того, мужчины определяли *грубость* как неспособность найти общий язык с окружающими, проявление злости, а женщины – как несдержанность, неуравновешенность, бесцеремонность в обращении, отсутствие понимания.

Симилятивный эксперимент дал следующие результаты (ниже приводятся реакции, встретившиеся не менее двух раз):

Грубость: хамство 54, жестокость 48, неуважение 38, злость 36, невоспитанность, невежество 34, наглость 22, резкость 18, бесактность 17, черствость, жестокость, оскорбление 13, нахальство 10, агрессивность, невежливость 9, ненависть 8, дерзость 6, насилие, несдержанность, бескультурье 5 , неотесанность, небрежность, обида 4, неучтивость, неуравновешенность, унижение, дурость, тирания, угрюмость, неприязнь, ярость, пошлость 2 (всего 460 единиц).

Более значимыми признаками *грубости* в данном эксперименте для женщин оказалась невоспитанность и бесактность, а для мужчин - неуважение и наглость. Кроме того, в женском коммуникативном

сознании присутствуют такие качества грубости, как черствость, дерзость, ненависть, которые отсутствуют у мужчин.

Вежливость: воспитанность 69, культурность 44, тактичность 44, учтивость 32, уважение 31, доброта 30, порядочность, отзывчивость 20, обходительность 19, образованность 17, доброжелательность 16, внимание 14, деликатность 8, этикет, приветливость 6, пунктуальность, нравственность 5, сдержанность, скромность, коммуникабельность, великодушиность 3, честность, аккуратность, сердечность, добродушие, понимание, любовь, благодарность, интеллигентность, обворожительность, простота, милосердие, понимание 2 (всего 422 единицы).

Гендерная специфика проявляется в том, что в женском сознании доминируют такие признаки *вежливости*, как тактичность и культурность, а у мужчин – отзывчивость, учтивость, уважение.

Результаты оппозитивного эксперимента (приводятся реакции, встретившиеся не менее 2 раз):

Грубость: вежливость 59, доброта 47, нежность 37, ласка 36, уважение 34, мягкость 29, воспитанность 16, отзывчивость 13, доброжелательность 12, тактичность 8, забота 6, любовь, внимательность 5, порядочность 4, приветливость, добродушие, учтивость, благородство 3, почтение, доброжелательность, обходительность, культурность, аккуратность, дружелюбность, сердечность, понимание, терпеливость, лояльность, толерантность, уступчивость, самопожертвование, сочувствие 2 (всего 404 единицы).

Гендерные различия: в мужском сознании *грубость* противопоставляется нежности, ласке, а у женщин антиподом выступает доброта и уважение. Кроме того, у мужчин встретились оппозиты (любовь, благородство), не отмеченные у женщин.

Вежливость: грубость 90, хамство 44, невоспитанность 43, невежество 27, наглость 24, бескультурье 18, неуважение 16, бес tactность, злость, нахальство 12, невежливость 6, необразованность, вульгарность, сквернословие 4, жестокость, неучтивость, дерзость 3, заносчивость, ненависть, вспыльчивость, невнимание, развязность, непорядочность 2 (всего 387 единиц).

По степени важности ведущими для мужчин являются такие оппозиты, как хамство, наглость, нахальство, для женщин – невоспитанность и бескультурье (последний оппозит отсутствует у мужчин).

Формирование категории вежливости в коммуникативном сознании

Н.В.Журавлева

«Дистанция вежливости» в допетровской России

Человеческое общество представляет собой структуру, основанную на отношениях социального, возрастного и полового неравенства. Все три вида неравенства обнаруживают себя в правилах поведения, выработанных в недрах этого общества и им одобряемых и поддерживаемых. Чем более общественно важным представляются различия между лицами по социальному положению, различия между мужчиной и женщиной, между старшим и младшим, тем большим количеством правил эти различия оформляются. Вежливым, по мнению любого общества, является человек, не только усвоивший все эти правила, но и подчиняющий им свое каждодневное поведение.

В допетровской России представление о вежливости фиксировалось в таких словах как «порядливость», «чинность» и «чтивость», которые следует квалифицировать как синонимы.. Одно из правил старорусской чинности предписывало уметь определять то физическое расстояние, на которое возможно приблизиться к носителю более высокого социального статуса. Это расстояние и являлось дистанцией вежливости в то время.

Представление о дистанции вежливости в полной мере сложилось и закрепилось в сознании русского общества лишь к концу XVII века, тогда как двумястами годами раньше оно не всегда определяло поведение даже в сфере дворцового церемониала. Например, венецианский посол Контарини, прибывший с дипломатической миссией ко двору Ивана III, замечал удивительную простоту в поведении русского правителя, явно пренебрегавшего необходимыми, по мнению иностранца, церемониями, которые должны были бы подчеркнуть статусные различия между великим князем и обычным послом. «Когда великий князь говорил со мной, - пишет он, - я, из учтивости, отступал назад, но он всякий раз сам подходил ко мне и с особеною благосклонностью выслушивал ответы мои и изъявления моей благодарности» (Костомаров, Забелин 1996, с. 312).

Другой дипломат того времени, Юрий Делатор, вспоминает, что был случай, когда Иван Васильевич даже встал навстречу к нему со своего места и подал послу руку стоя.

Необходимо заметить, что в этой простоте обращения Иван Васильевич следует традициям того поведения, стиль которого сложился при его предшественниках. А стиль этот, в свою очередь, определялся типом отношений между князем и людьми, населявшими его земли. Для земства князь был не столько правителем, сколько первым воином – хранителем правды. Если же он допускал несправедливость, отступление от правды, то лишался княжества и даже самой жизни. То есть большее равенство в отношениях, чем в последующие века, основывалось на том факте сознания общества, что князь и земство равны перед правдой, хотя не равны друг перед другом. Первенство князя обеспечивалось его большей ответственностью: он главный защитник правды. Позднее в сознании русского общества будет сформирован другой тип правителя: не защитника правды, а ее источника и носителя. Это отменит былое равенство и потребует множества правил, оформляющих неравенство между правителем и его подданными. Правило допустимой физической дистанции станет одним из основных регуляторов поведения в социальной сфере.

Представление о дистанции вежливости предписывало каждому царедворцу уметь соотнести свой социальный статус с тем, на какое расстояние ему следовало приближаться к персоне государя и даже к его жилищу – Государеву Двору. Уже в XVII веке даже появился документ, регламентирующий поведение посетителей Кремля – «О Государеве Дворе, чтоб на Государевом Дворе ни от кого никакого бесчинства и брани не было». Некоторые из правил, зафиксированных этим документом, прямо касались вопросов дистанции вежливости. Например, по обычаям того времени нельзя было подъезжать близко ни к царскому крыльцу, ни даже к царскому дворцу. Только наиболее высокопоставленные вельможи имели право спешиваться в нескольких метрах от дворца и далее продолжать свой путь пешком. Чиновники более низкого ранга сходили с лошадей значительно дальше – между Ивановскою колокольнею и Чудовым монастырем. Носители самых низких чинов не смели въезжать даже на территорию Кремля.

Справедливо было бы предположить, что особые церемонии, связанные с дистанцией вежливости, имели место лишь при царском дворе. Но, оказывается, что и в среде младшего чиновничества эти правила соблюдались неукоснительно. Невежливо было носителю

низкого социального статуса въезжать на двор знатного боярина, а тем более подъезжать прямо к крыльцу.

В романе А.С.Пушкина «Арап Петра Великого» описан случай нарушения нормы дистанции вежливости. Нарушителем там является молодой дворянин Корсаков, воспитанный за границей, а значит, не усвоивший этой нормы. Он шокирует пожилого сановитого боярина Ржевского тем, что подъезжает в экипаже прямо к крыльцу его дома., тогда как по чину на это имеют право лишь государь, Петр Алексеевич, и превосходящий по социальному статусу самого боярина светлейший князь Меньшиков. А.С.Пушкин описывает волнение и даже испуг Ржевского, увидевшего несущийся к его крыльцу экипаж. Это состояние героя также можно объяснить, исходя из представлений о вежливости того времени. Ведь хозяин, уже предположивший, что подъезжающий гость либо царь, либо влиятельный князь Меньшиков, испугался того, что не оказал полагающейся им чести: не встретил их не только за воротами своего двора, но даже не успел уже выйти на крыльцо.

По правилам того времени особо почетных гостей следовало встречать не дома, а на подъезде к дому. При этом, чем выше статус гостя, тем раньше его следовало встретить: самых значительных за воротами, менее значительных на середине двора. Таким образом, в том случае, когда носитель невысоких чинов был гостем, то он определял сам для себя дистанцию вежливости достаточно протяженной, тем самым, оказывая уважение носителю более высокого социального статуса. Когда же хозяином, принимающим высокопоставленного гостя, являлся он сам, то правила вежливости предписывали сократить эту дистанцию до минимума. И в том и в другом случае инициатором сокращения - увеличения дистанции является носитель более низкого социального статуса при безусловном контроле за соблюдением существующих норм носителя высокого статуса. Таким контролером и становится Ржевский, когда обнаруживает, что его гостем оказался молодой и не слишком родовитый Корсаков.

Каждый царедворец имел также представление о том, на какое расстояние он вообще может себе позволить приблизиться к персоне государя. Точной отсчета, нулевой отметкой в этом случае становился царь, а осведомленный в правилах дворцового этикета вельможа знал, до какой степени он может приблизиться к этой отметке и где должен и, что ни маловажно, имеет право остановиться. Простой, малочиновный человек едва ли попадал когда-либо не только во дворец, а даже в Кремль, но всегда, проходя мимо него, издалека еще

снимал шапку и проходил мимо, не надевая ее, таким образом воздавая честь государеву жилищу. Люди более высокого ранга входили на территорию Кремля, но были лишены привилегии подниматься на Постельное крыльцо, что было разрешено только более значительным персонам - стольникам, стряпчим, дворянам, стрелецким полковникам, дьякам и некоторым другим. Но и эти последние редко имели возможность увидеть царя лично, что удавалось каждодневно думным боярам, которые направлялись прямо в жилые покои государя, минуя территорию двора и Постельное крыльцо и останавливаясь в передней.

Дозволение приближаться к персоне государя на определенное расстояние утверждалось особым пожалованием, которое можно было выпрашивать, обращаясь к царю вполне официально. Основаниями для такой милости считались либо заслуги рода претендента, либо проситель ссылался на имеющийся прецедент близости, то есть указывал на тот факт, что его предки некогда были ближе к предкам нынешнего правителя. С.Соловьев воспроизводит текст такого прошения: «Пожалуй меня, холопа своего, для великого чудотворца Алексея митрополита и для многолетнего здоровья сына своего царевича, мое службишко и терпение, вели, государь, мне быть при твоей царской милости в передней, а родители мои пожалованы в переднюю» (Соловьев 1988, с. 56-57). Интересен тот факт, что передать эту челобитную непосредственно самому царю проситель едва ли сумел бы, так как не был допущен в переднюю. Сделать это можно было лишь через посредника. Этот порядок был временно нарушен в период царствования Лжедмитрия, когда тот стал принимать челобитчиков лично по средам и субботам, выходя из палат на Красное крыльцо.

Разумеется, что порядок поведения на царском дворе регламентировался и письменными документами, подробно расписывающими, кому и чего не следует делать, но и сами царедворцы часто без всяких подсказок могли восстановить иерархический порядок, который основывался на представлениях о социальной значимости каждого из них, которая, в свою очередь, определялся родовой значимостью - фамилией. Если порядок нарушался, то нарушитель мог получить упрек других царедворцев: «Не по чину подъезжаешь!» или «Не по чину сидишь, боярин!». Чин соблюдался в сидении за общим столом, в том, на чей двор можно было въезжать на лошадях и т.д. Аристократы довольно легко разрешали проблемы соизмерения своего чина с чином своего визави и, как правило, безошибочно выбирали тактику поведения. Хозяин

знал, какого гостя следует встречать за воротами, какого на середине двора, а какого – в передней своего дома. То есть своим поведением он обнаруживал свой социальный статус и статус своего партнера.

Человек того времени именно через физическую дистанцию обнаруживал статус участников общения. Умение соизмерять свой реальный социальный статус с расстоянием до партнера было свидетельством вежливости. Представление о дистанции вежливости, безусловно, присутствует в сознании носителей современной культуры, но в нем нет такого разнообразия вариантов этих дистанций, что является отражением более простой социальной иерархии современного общества.

Костомаров Н.И., Забелин И.Е. О жизни, быте и нравах русского народа. М., 1996. - С. 312.
Соловьев С.М. Собр. соч.: В 18 кн. М., 1988. -Кн. 7,с. 56-57.

Е.Б.Чернышова

Вежливость в коммуникативном поведении шестилетних детей

Проведенное нами исследование коммуникативного поведения шестилетних детей позволило описать коммуникативную реализацию в их общении категории вежливости так, как она представлена в их формирующемся коммуникативном сознании.

Представим основные результаты исследования по отдельным сферам проявления вежливости.

Вежливость к сверстникам

Вежливость дошкольников к сверстникам обычно ниже, чем к взрослым. «Если в контактах с взрослыми даже самые маленькие дети придерживаются определённых общепринятых норм поведения, то при взаимодействии с ровесниками дошкольники используют самые неожиданные и самобытные средства» (Развитие общения дошкольников со сверстниками 1989, с. 125).

При общении со знакомыми ровесниками в различных речевых ситуациях дети используют стандартные, стилистически сниженные, эмоционально окрашенные и «детские» этикетные формулы.

В ситуации приветствия, встречи наиболее общеупотребительными являются:

- стандартная этикетная формула:

Здравствуй(4%);

- стилистически сниженные формы:

Привет, приветик (67%);

Салют (3%);

- "детские" этикетные формулы:

О! Таня (Серёга) пришла (пришёл)! (11%);

Давай к нам! (9%);

Будешь с нами играть? (6%).

Выбранные формы приветствия соответствуют (или дополняются) неверbalными сигналами:

• стандартными этикетными сигналами (их используют 93% исследуемых детей):

- улыбка;

- приветливый взгляд;

- стилистически маркированными знаками (41% детей):

- помахивание из стороны в сторону приподнятой рукой;

- поднимание и фиксация открытой ладони у плеча;

- объятия (в основном у девочек);

- «детскими» этикетными сигналами (27% детей):

- прикосновения (или даже удары) по плечу, спине, голове партнёра;

- объятия (мальчики при встрече кладут друг другу руку на плечо, идут обнявшись).

В ситуации прощания в основном используются:

- стандартная этикетная формула:

До свидания(4%);

- стилистически сниженные формы:

Привет (6%);

Салют (2%);

Пока (69%);

До завтра (6%);

Ну давай (9%);

Ну давай, до завтра (4%).

При *прощании* используют:

- стандартные этикетные знаки (71% исследуемых детей):

- улыбка;
- приветливый взгляд;
- стилистически маркированные сигналы (60% детей):
- помахивание из стороны в сторону приподнятой

рукой;

- поднимание и фиксация открытой ладони на уровне головы;

- «детские» этикетные сигналы (18%):

- помахивание сверху вниз приподнятой рукой;
- хлопки по плечу, спине (у мальчиков).

В ситуации *благодарности* дошкольники употребляют следующие формулы речевого этикета:

- стандартные этикетные формулы:

Спасибо (78%);

Благодарю (редко);

- стилистически сниженную форму:

Спасибочки (1%);

- «детские» этикетные формулы:

Ух ты... (4%);

Ого, какая (какой)... (5%);

Вот здорово (6%);

Молодец (3%);

Спасибо, хочешь я тоже тебе подарю (3%);

Вышеуказанные формулы благодарности сопровождаются:

- стандартными этикетными знаками (86% детей):

- улыбка;
- приветливый взгляд;

- стилистически маркированными сигналами (74% детей):

- восхищённый взгляд;
- объятия (у девочек);
- похлопывание по плечу, дополняющее вербальное выражение благодарности "*Молодец!*" (у мальчиков).

Наиболее часто встречающимися этикетными выражениями *угощения* являются:

- стандартная этикетная формула:

Угощайся (18%);

- «детские» этикетные формулы:

На, бери (44%);

Бери, не стесняйся (8%);

Хочешь? (30%).

Эти этикетные фразы сопровождаются:

- стандартными этикетными знаками (34% исследуемых детей):

- улыбка;
- приветливая мимика;

- «детскими» этикетными сигналами (85% детей):

- демонстрация угощения + "Хочешь?";
- протягивание угощения на ладони в сторону партнёра + "На, бери!";

- хлопок по плечу партнёра и протягивание угощения + "На, бери (имя)" (у мальчиков).

В ситуации извинения наиболее общеупотребительными являются:

- стандартные этикетные выражения:

Извини (13%);

Прости (8%);

Извини, пожалуйста (9%);

- стилистически сниженные и эмоционально окрашенные формы:

Ой-ой, прости меня, пожалуйста! (4%);

У-у-пс, прости, а? (3%);

- «детские» этикетные формулы:

Я нечаянно (14%);

Извини, я больше так не буду (23%);

Я не хотел (5%);

Не дуйся, хватит (5%);

Давай мириться (7%);

На, играй (9%).

Невербальные формы, сопровождающие этикетные формулы извинения:

- стандартные этикетные знаки (93% исследуемых детей):

- участливый взгляд;
- улыбка;
- физический контакт (обычно прикосновение к предплечью партнёра);

- стилистически маркированные сигналы (43% детей):

- поглаживание партнёра (чаще его больных мест);

- объятия (у девочек);

- «детские» этикетные сигналы (33% детей):

- заглядывание в глаза;

- подчёркнутые вздохи сожаления;

- маска сочувствия.

В ситуации *просьбы* дошкольниками преимущественно такие типовые этикетные фразы:

- стандартные этикетные формулы:

Разреши мне... (3%);

Очень прошу... (14%);

Если можно, дай мне... (10%);

- эмоционально окрашенные формы:

Ну, пожалуйста, ну очень прошу... (32%);

Умоляю тебя... (4%);

- «детские» этикетные формулы:

Если не жалко, дай мне... (19%);

Если хочешь, давай поменяемся... (18%).

Невербальными сигналами, сопровождающими речевой акт просьбы, являются:

- стандартные этикетные сигналы (51% исследуемых детей):

- улыбка;
- приветливая мимика;

- стилистически маркованные знаки (47% детей):

- умоляющий взгляд;
- сокращение дистанции общения;

- «детские» этикетные сигналы (27% детей):

• физический контакт (ребенок дергает сверстника за одежду, руку; разворачивает голову собеседника в свою сторону; тянет за руку или подталкивает в спину к месту, например, игры).

Итак, при общении со знакомыми сверстниками стандартные этикетные формулы (27% от всего массива этикетных формул) главным образом употребляются дошкольниками при выражении благодарности (*спасибо*), извинения (*извини; прости, пожалуйста*) и просьбы (*очень прошу; если можно; разреши мне*). В основном же шестилетние дети используют стилистически сниженные, эмоционально окрашенные и «детские» этикетные формулы (71% всего массива этикетных формул).

Эмоциональность и раскованность контактов дошкольников являются причиной использования типичны для них стилистически сниженных этикетных формул (26%): *пока; привет; салют; дай мне; у-у-пс, прости, а*; эмоционально окрашенных вариантов (7%): *ну, пожалуйста, ну давай, а; ну очень прошу; умоляю тебя; "детских" этикетных формул (38%): если не жалко, дай мне...; я нечаянно; извини, больше не буду; давай мириться; на, бери; давай к нам; Хочешь?*

Особенностью «детского» этикета является пропуск соответствующих речевой ситуации этикетных формул и замена их контактными речевыми актами (например, в ситуации приветствия: "О, Колян пришёл!"; "Давай к нам!"; "Будешь с нами играть?") или эмоционально-оценочными выражениями (например, в ситуации благодарности: "Ух ты, какая машина!", "На свой карандаш... Классно он у тебя рисует!").

Немаловажен в таких случаях зрительный контакт с собеседником. По-видимому, именно зрительный контакт зачастую заменяет в общении дошкольников типовые этикетные формулы.

При извинении шестилетний ребёнок часто использует тактику уговоров и «детские» этикетные формулы:

Ну ладно...ну хватит...ну не плачь, слышишь?

Не плачь...а...ну я нечаянно...ну...я больше не буду...

Необходимо отметить и такую особенность детского коммуникативного поведения, как замену этикетных формул извинения на приглашение к совместной деятельности или компенсирование своего проступка игрушкой или сладостями:

...Ну хватит...а...давай поиграем...;

...Ну ладно..., хочешь конфетку...;

Ну хватит, хочешь, возьми мой самосвал...

Стандартные этикетные сигналы (улыбка, приветливые взгляд и мимика и т.п.) используются в основном всеми дошкольниками, но наблюдения показали, что невербальное проявление вежливости по отношению к сверстнику имеют и стилистически маркированные, а также «детские» формы. Например, при прощании помахивание рукой, как это делают совсем маленькие дети или при выражении просьбы ребёнок идёт на физический контакт: дергает сверстника за одежду или руку, разворачивает голову собеседника в свою сторону, подталкивает партнёра в нужном направлении. Характерны для дошкольников и хлопки собеседника (иногда даже сильные удары) по плечу, спине и голове при встрече, прощании и угощении.

Вежливость к *незнакомым сверстникам* обычно выше, чем к знакомым. В основном вежливое отношение к незнакомым ровесникам наблюдается в таких ситуациях: в группе детского сада к новенькому; в гостях при общении с незнакомыми детьми; дома к ребёнку-гостю.

Вербальное проявление вежливости заключается в использовании:

- стандартных этикетных формул (64% высказываний от общего массива):

Здравствуй;

До свидания;

Угощайся;

Извини, пожалуйста;

- стилистически сниженных форм (27%):

Привет;

Пока;

- "детских" этикетных формул (16%):

Ого, какая (какой)....(Речевой акт благодарности);

Будешь играть? (Речевой акт знакомства);

У тебя такая игрушка есть? (Речевой акт знакомства);

Хочешь? На, бери.

Невербальные сигналы вежливости, адресованные незнакомому сверстнику:

- стандартные этикетные знаки (21% детей):

- улыбка;
- приветливый взгляд;

- стилистически маркированные сигналы (29% детей):

- заинтересованный взгляд;
- сокращение дистанции общения;

- «детские» этикетные знаки (11% детей):

- физический контакт (дошкольник кладёт руку на плечо незнакомому сверстнику – жест подбадривания и соучастия);
- угощение;
- предложение игрушки.

Итак, для дошкольников характерно достаточно вежливое отношение в определённых условиях к незнакомым сверстникам (64% высказываний из общего массива этикетных выражений) и нестандартное и нерегламентированное отношение к знакомым ровесникам (27% стандартных речевых формул). Выбор той или иной формы выражения вежливости зависит от ситуации общения, личных взаимоотношений, степени знакомства и половой принадлежности коммуникантов.

Вежливость к младшим детям

Вежливость дошкольников с младшими по возрасту детьми, а особенно с братьями и сёстрами, гораздо выше, чем со старшими детьми.

При общении с младшими детьми дошкольники (65%) используют те же формулы речевого этикета, что и при общении с ровесниками (см. параметр «Вежливость к сверстникам»). Кроме того, в ситуациях приветствия, прощания, благодарности вместе с этикетными

формулами шестилетний ребенок прибегает к эмоционально образным, уменьшительно-ласкательным выражениям:

Кто проснулся? Наш петушок проснулся! (Надя К., 2000);

Сашок, котик, спасибо... Какой ты молодец! (Ксения К., 1999);

Владюша сейчас байнъки будет... (Катя Ф., 1998).

В конфликтной ситуации дошкольник (43%) достаточно редко отвечает грубостью на грубые слова младшего ребенка. При этом шестилетние дети старается не обращать внимания на невежливость малыша или скорректируют поведение и речь младшего:

Нельзя так говорить! Это плохо;

Нужно вежливо отвечать тёте;

Я старше, меня нельзя бить.

Несмотря на то, что наблюдения показывают заметную вежливость дошкольников по отношению к младшим детям, 12% исследуемых дошкольников могут нагрубить младшему и даже ударить его.

Вежливость к старшим детям

Вежливость дошкольников к старшим детям значительно ниже, чем к младшим. 50% опрошенных детей шести лет сообщили о том, что очень часто ссорятся со старшими детьми, грубыят им:

Когда мы чего-нибудь не поделим, я ему не уступаю! Всё равно вступаю в бой! (Ефим П., 1997);

...Ну и что ж, что старше! Наоборот, это она должна мне уступать!.. Еще чего! А то, как дам! (Наташа С., 1998).

В стандартных речевых ситуациях дошкольники при общении со старшими детьми чаще употребляют стилистически сниженные этикетные формулы (76% от общего массива), тем самым подражая старшим и показывая принадлежность к их кругу.

Вежливость к воспитателю

Вежливость дошкольников к воспитателям детского сада проявляется в более высокой степени, чем по отношению к другим категориям собеседников. Это выражается в высокой частотности употребления детьми стандартных этикетных формул и сигналов при общении с воспитателем.

Как показало исследование, 89% формул речевого этикета, адресованные воспитателю, являются стандартными, общепринятыми: *спасибо; большое спасибо* – в ситуации благодарности, *до свидания* – в ситуации прощания, *здравствуйте (здравьсте)* – в ситуации встречи, приветствия, *простите (извините), пожалуйста* – в ситуации извинения.

Невербальное проявление вежливости также имеет общепринятые формы: улыбка, приветливый взгляд, сокращение дистанции общения и т.п.

Но необходимо отметить, что в некоторых случаях (примерно в 19%) дошкольники используют и стилистически сниженные, а также «детские» средства выражения вежливости по отношению к воспитателю:

- в ситуации прощания: *пока; до завтра* (6%);
- в ситуации встречи: *привет* (4%);
- в ситуации благодарности: *ух-ты...; ого; класс* (междометия, имеющие функцию благодарности) (9%).

В ситуации извинения таких этикетных выражений до 42% ("Я большие не буду...", "Я нечаянно...").

В невербальном поведении это:

- использование физического контакта (прикосновений, дергания за руку, одежду воспитателя);
- объятия при встрече;
- помахивание рукой при прощании.

Наблюдения показали, что вежливость дошкольников к воспитателю с демократичным стилем общения может оказаться ниже, чем вежливость, проявляющаяся по отношению к авторитарному воспитателю, но в первом случае повышается предупредительность шестилетних детей. При этом они:

- предлагают помочь воспитателю:

А давайте я понесу...;

А можно я тоже вам помогу?;

- дарят комплименты:

Вы сегодня такая красивая!;

А симпатичный у вас лак на ногтях;

- интересуются здоровьем воспитателя:

Инна Николаевна, у вас рука большие не болит?;

Векшин закрывай быстрей дверь, сквозняк же...Наталь Николаевна и так болеет!; (Оля П., 1998)

- предупреждают о возможных неприятностях:

Инна Николаевна, вы сюда не садитесь, мы здесь песок насыпали!;

Татьян Иванна! Проверка идёт! (Сергей Л., 1999)

Небезынтересно отметить пониженную вежливость дошкольников (71%) к няньечкам, работающим у них в группе. По отношению к этой категории собеседников дети могут быть невежливыми и даже грубыми. Утром при встрече со взрослыми в помещении группы дошкольники зачастую здороваются только с воспитателем, после

приёма пищи благодаря также только воспитателя. Если воспитателя нет в группе, дети очень часто не слушают замечаний нянечки (помощника воспитателя), грубыят ей, передразнивают. Как показал устный опрос дошкольников, 12% опрошенных детей не помнят имени и отчества нянечки.

Таким образом, вежливость шестилетних детей по отношению к воспитателю очень высока, но вместе с тем имеет избирательный характер. Форма выражения и степень проявления вежливости зависит от степени формальности общения (занятие, организованная игра, прогулка, непринужденная беседа), межличностных отношений между детьми и взрослым (взаимоуважение или неприязнь), а также от стиля общения воспитателя с дошкольниками (демократичный или авторитарный).

Вежливость к родителям

Дошкольники в основном (82%) вежливы при общении с родителями.

Наиболее внимательны и обходительны шестилетние дети с матерью. Так в различных стандартных речевых ситуациях именно матери адресуются самые многочисленные, развёрнутые и эмоционально насыщенные стандартные и нестандартные этикетные формулы (до 15-18 видов).

Например:

- в ситуации приветствия:

Привет!(39%);

Здравствуй! (16%);

Доброе утро (день, вечер) (19%);

Мама пришла! (3%);

Мамочка моя любимая! (1%);

Как дела? (1%);

Что принесла? (2%);

Мама, я пришёл! (1%);

- в ситуации благодарности:

Спасибо; большое спасибо (75%);

Спасибо, ты хорошая (6%);

Спасибо, я тебя люблю (3%);

Молодец (6%);

Хорошо, что купила (2%);

Спасибо, всё было вкусно (6%);

Благодарю (1%);

Дай, Бог, тебе здоровья (1%);

- в ситуации извинения:

Прости; Извини (32%);

Прости, пожалуйста (24%);

Прости, я больше не буду (21%);

Мамочка, прости, я больше не буду вредничать... (4%);

- в ситуации прощания:

До свидания (31%);

Пока (42%);

Привет (19%);

До завтра (5%);

Я по тебе буду скучать (3%);

- в ситуации комплимента:

Ты у меня самая красивая (35%);

Ух ты! Какая ты красавица! (24%);

Здорово у тебя получилось! (29%);

Мамуля, у тебя самые вкусные (лучшие, красивые)... (6%).

Необходимо отметить, что несмотря на многочисленность и разнообразие этикетных формул используемых при общении с матерью, дошкольники более вежливы и предупредительны с отцом, хотя этикетных выражений употребляется меньше (10-11 видов выражений), они менее разнообразны и эмоционально окрашены.

Например:

- в ситуации приветствия:

Привет (44%);

Здравствуй (19%);

Доброе утро (вечер) (18%);

Папа пришёл! (2%);

- в ситуации благодарности:

Спасибо; Большое спасибо (84%);

Спасибо, я тебя люблю (2%);

Молодец! (6%);

- в ситуации извинения:

Извини; Прости (33%);

Прости, пожалуйста (25%);

Извини, я больше не буду (15%);

Папочка, прости (4%);

- в ситуации прощания:

До свидания (42%);

Пока (40%);

Привет (11%);

До завтра (7%);

- в ситуации комплимента:

Здорово у тебя получается! (44%);

Класс! Научишь меня? (39%);

У тебя самая классная... (5%).

Но вместе с тем, дошкольники (18%) могут быть грубы по отношению к своим родителям. Чаще всего это проявляется в отказе что-либо сделать ("Не хочу и не буду!"), нежелании общаться ("Отстань, надоела!"), реже – в угрозах ("[Ща] как дам!"), при этом ребенок может намахнуться на родителей (чаще на мать), стукнуть, передразнить.

Невербальное проявление вежливости к родителям имеет следующие формы:

- стандартные:
- доброжелательная улыбка;
- приветливый и внимательный взгляд;
- негромкий голос;
- «детские»:
- ласковый голос;
- общение в интимной зоне;
- использование физического контакта (крепкие объятия и поцелуи, прикосновения и поглаживания).

Наблюдается отличие невербальных форм проявления вежливости к отцу и матери. Вежливое отношение к матери, в отличие от отношения к отцу, выражается более контактными и эмоциональными невербальными сигналами: объятиями, поцелуями, лаской (у 89% детей). Вежливость по отношению к отцу у 73% детей проявляется более сдержанно: улыбкой, приветливым взглядом, прикосновениями.

Таким образом, высокая вежливость дошкольников по отношению к родителям проявляется в использовании различных форм выражения, при чём вербальные формы отличаются развернутостью и эмоциональной насыщенностью, невербальные – повышенной контактностью и нестандартностью.

Вежливость к бабушке и дедушке

При сравнительно высокой вежливости к родителям дошкольники менее учтивы с бабушками и дедушками(66%). Следует заметить, что у детей есть любимые бабушка и дедушка.

Артём рассказывает о старших членах семьи:

Моя бабушка Нюра живёт рядом с нами, а та бабушка далеко, она у меня самая любимая, а ещё деда Саша, я его тоже люблю, а деду Колю – не очень (Артём О., 1999).

С «любимыми» бабушкой и дедушкой дети (72%) обходительны, стараются им помогать, ждут от них ласки и внимания, любят с ними общаться. Даже если и случаются ссоры со старшими, дети быстро забывают обиды, первыми извиняются, стремятся сделать взрослым приятное. В ситуации извинения, приветствия и прощения дошкольники используют те же речевые формулы, что и при общении с матерью и отцом. Причём, сохраняется и количественное, и качественное различие, а именно: бабушке, как и маме, адресуются разнообразные и высоко эмоциональные этикетные выражения, с дедушкой, также как и с отцом, дети более сдержаны. Но, как показало наше исследование, шестилетние дети дедушек и бабушек благодарят меньше и реже, чем родителей.

К «нелюбимым» бабушке и дедушке одни дети (43%) относятся очень грубо: спорят с ними, перебивают их и передразнивают, говорят с ними категоричным тоном. Другие дети (29%) с «нелюбимыми» бабушками и дедушками вежливы, используют нейтральные этикетные формулы, избегают физических контактов.

Итак, вежливость дошкольников по отношению к дедушке и бабушке имеет избирательный характер: с любимыми бабушками и дедушками дети не всегда бывают вежливыми, но имеют с ними тесный эмоциональный контакт, с нелюбимыми – бывают грубы или ведут себя нейтрально, иногда подчеркнуто вежливо.

Вежливость к знакомым взрослым

С хорошо знакомыми взрослыми дошкольники (89%) гораздо вежливее, чем с незнакомыми. Вежливое поведение детей по отношению к знакомым взрослым наблюдается практически во всех стандартных коммуникативных ситуациях и обстоятельствах. Степень обходительности и корректности детей зависит от степени официальности обстановки и особенностей межличностных взаимоотношений коммуникантов.

В официальной обстановке (или при нейтральных, а также "натянутых" отношениях со взрослым) ребенок достаточно вежлив: использует стандартные этикетные формулы, соответствующие коммуникативной ситуации, не нарушает норм этикетного неверbalного поведения. В неофициальной обстановке (или при близких, положительно окрашенных эмоциональных отношениях со взрослыми) дошкольник может быть менее вежлив (например, забывает поприветствовать или поблагодарить взрослого), но становится более предупредительным:

Ой, тетя Таня пришла! осторожно, у нас тут мама вчера красила! (Ирина М., 2000)

Леру поздравляет с днём рождения подруга матери и дарит куклу.

Лера: *Какая красивая кукла!.. Вы проходите, проходите... Это Джек, не бойтесь, он не кусается!* (Лера М., 2000)

В ситуации приветствия 80% опрошенных детей используют усечённую этикетную формулу: *здрасте*, 11% детей – фамильярное: *привет*, 3% детей этикетную формулу: *"Доброе утро (день, вечер)"* и 2% детей – фразы, несущие функцию приветствия: *"Как дела?", "К нам гости!", "Тётя... пришла!"*.

Автономных невербальных форм приветствия знакомых взрослых не наблюдается, хотя несловесные средства, дополняющие речевые акты приветствия, иногда встречаются (объятия, поцелуй, прикосновения):

Дядя Вова пришёл! (Бежит на встречу, обнимает гостя) (Кирилл Ф., 1999).

Интересно то, что при общении со знакомыми взрослыми мужчинами мальчики впервые сталкиваются и затем изредка используют рукопожатие в качестве приветствия. Появление такого этикетного сигнала в коммуникативном поведении шестилетних мальчиков является заслугой взрослого, который показывая ребёнку своё уважение и в то же время включая его в игру «Как взрослые», первым подаёт дошкольнику руку для рукопожатия.

В ситуации прощания 75% исследуемых дошкольников используют стандартную этикетную формулу: *до свидания*, 15% - фамильярное: *пока*, 8% - *привет* и *до завтра*, 2% детей не прощаются.

В смешанном коде речевой акт прощания может быть таким:

До свидания, тётя Оля! (Ребенок машет рукой);

Пока, дядя Саш! (Коммуниканты хлопают ладонь о ладонь);

До завтра! (Ребёнок поднимает руку вверх).

В ситуации благодарности 98% исследуемых детей используют стандартную этикетную формулу: *спасибо* и 2% детей употребляют развёрнутую формулу: *спасибо за...* Эти этикетные выражения сопровождаются улыбкой благодарности.

Самостоятельные невербальные формы благодарности (объятия и поцелуй) дошкольники применяют очень редко (3% детей).

Речевому акту благодарности изредка могут сопутствовать и другие этикетные знаки (поцелуй, объятия):

Ой, какие груши! Это всё мне?! Спасибо тёть Надь! (Целует в щёку) (Кристина В., 2000).

В ситуации извинения дошкольники используют различные речевые формулы: *простите (извините); простите (извините), пожалуйста; простите (извините), я больше не буду.* Смежная «детская» этикетная формула (извинение + обещание) *простите, я больше не буду* применяется 80% дошкольников.

Некоторые дети в данной ситуации прибегают к ласкам: ребёнок может приблизиться вплотную ко взрослому, приобнять его, положить голову ему на плечо, улыбнуться, погладить руку собеседнику.

Как показали наблюдения, при общении со знакомыми взрослыми дошкольники чаще (примерно в 80% случаев) используют неразвернутые этикетные формулы:

- в ситуации приветствия: *здравствуйте, здравствуйте, привет* (78%);
- в ситуации прощания: *до свидания, пока* (90%);
- в ситуации благодарности: *спасибо* (72%);
- в ситуации извинения: *извините, простите* (84%).

В ситуациях приветствия, извинения, поздравления и комплиментта были зарегистрированы ряд этикетных выражений, которые отличаются полнотой и развернутостью выражений:

- в ситуации извинения (26%):
Извините, пожалуйста;
Простите, я нечаянно;
Извините, я больше не буду;
- в ситуации поздравления (21%):
Поздравляю с праздником;
Поздравляю с днём рождения;
- в ситуации комплимента (20%):
Какой(ая) вы(ты) красивый(ая);
Какой(ая) у вас(тебя) красивый(ая) ... и т.п.;
- в ситуации приветствия (встречи) (22%):
Привет, дядя (тётя) + имя;
Как дела?;
К нам гости!

Из высказыванного можно заключить, что со знакомыми взрослыми дошкольник проявляет высокую степень вежливости, используя различные этикетные формулы и знаки, выбор которых зависит от степени знакомства и особенностей межличностных отношений.

Вежливость к незнакомым взрослым

В общении с незнакомыми взрослыми дошкольники обычно (в 90% случаев) используют стандартные этикетные формулы: *здравствуйте, спасибо, до свидания* и т.п., реже (в 8% случаев) "детские" этикетные формулы: *"я нечаянно", "я больше не буду", "Ух-ты!.."* (вместо *спасибо*).

В невербальном поведении дошкольников при общении с незнакомыми взрослыми также наблюдается преобладание стандартных этикетных сигналов (улыбка, приветливый взгляд) над стилистически маркированными и «детскими» сигналами.

Но вместе с тем, 64% детей не используют формулы речевого этикета при контактах с незнакомыми. Например:

- не здороваются при входе в чужой дом;
- не приветствуют незнакомого взрослого, с которым поздоровались родители;
- не извиняются, если толкнули незнакомого человека;
- не благодарят за помощь и т.п.

Невежливое отношение к взрослым проявляется и в применении стилистически маркированных невербальных сигналов: похлопывание по предплечью, дергание за одежду.

При сравнительно невысокой вежливости предупредительность к незнакомым у дошкольников (59%) значительно выше.

В детской коммуникативной среде не принято предупреждать незнакомых на улице, в официальных учреждениях о возможных неприятностях, давать советы и т.д., но если незнакомый является гостем семьи, группы детского сада, то дошкольники предупредительны к ним: говорят о непорядке в одежде, о потере каких-либо вещей, советуют что-либо:

А вы зонт забыли! (Лера М., 2000)

Вы на этот стул не садитесь, он у нас сломанный! (Влад Ю., 2000)

Вы лучше вот его (медвежонка) возьмите, он так ревёт! (Ирина М., 2000)

Если ребенок сам не может в чём-либо помочь гостю, то обращается к взрослым:

Пап, помоги тёте дверь открыть (Дима Б., 1997);

Мам, давай поможем во-о-н той бабушке котёнка поймать. (Сережа П., 2000)

Таким образом, ребенок в определенных коммуникационных обстоятельствах достаточно внимателен и предупредителен к незнакомым взрослым, но менее вежлив с ними, что выражается в преобладании в его речи большого количества (70%) определенных

речевых актов (совет, предупреждение о возможных неприятностях, комплимент и т.п.) и меньшего количества этикетных формул. Кроме того, отсутствие формул речевого этикета в речи дошкольников в общении с незнакомыми, при условии того, что они их знают и употребляют в общении с другими категориями собеседников, является характерной чертой коммуникативного поведения детей шести лет.

Допустимость грубости

Дошкольники (79%) могут быть грубыми практически со всеми категориями собеседников, но сами этого не замечают или не считают свою речь грубой. 70% опрошенных детей оценивают своё коммуникативное поведение как не грубое, 25% дошкольников соглашается с тем, что в некоторых обстоятельствах они грубы сверстникам.

В тоже время их родители указали на то, что грубая речь в общении детей встречается достаточно часто: 85% опрошенных родителей сообщили о том, что их дети допускают грубую речь в адрес собеседников, причём чаще всего дети грубы сверстникам (60% соответствующих ответов). Дошкольники невежливы, по мнению 40% опрошенных взрослых, с бабушками и дедушками, старшими и младшими братьями и сестрами (20% соответствующих ответов), матерью (15%) и отцом (8%). Кроме того, дошкольники могут быть резки и по отношению к незнакомым детям.

Как показывают наблюдения, шестилетние дети (87%) редко грубы малознакомым взрослым, воспитателю и незнакомым взрослым.

Грубые высказывания сопровождаются зачастую нецензурными ругательствами. Матерные выражения в кругу сверстников чаще используют мальчики, реже девочки. Необходимо отметить и то, что 4% опрошенных родителей сообщили об использовании их детьми нецензурных выражений в кругу семьи.

Как уже отмечалось, дошкольники не замечают собственной грубости, но обращают внимание на грубую речь окружающих и осуждают её (89%):

Нельзя грубить. Нужно быть культурным (Кристина В., 2000);

Когда ругаются, это нехорошо (Ваня Ф., 2000);

Взрослые часто сами ругаются, а детям запрещают... (Сергей П., 2000);

Когда мой папа ругается матом, мне стыдно (Света И., 2000)

Таким образом, грубая речь осуждается детьми, но, тем не менее, характерна для детского коммуникативного поведения.

Допустимость перебивания сверстников

В детской коммуникативной практике перебивание собеседника встречается часто. Допустимо перебивание собеседника или разговаривающих с целью 1) контроля за инициативой 2) привлечения внимания и 3) получения информации. В межличностном общении дошкольников с ровесниками перебивание собеседника происходит в основном в целях контроля за инициативой. Дети, пытаясь взять инициативу в свои руки, перебивают друг друга, не выслушивают собеседника до конца:

Да подожди ты, дай я скажу!;

Ну хватит, дай мне сказать;

Ну ладно, дальше всё понятно.

Нередко, перебивая собеседника-сверстника, дети включают в соответствующий речевой акт высказывания, выражющие оценку действий или слов партнёра.

У тебя вечно ничего не поймёшь!;

Ты хоть бы слова научился выговаривать;

Ну, хватит руками махать, что спокойно не можешь что ли рассказывать!

В групповом общении сверстников дошкольники (87%) перебивают разговаривающих в целях захвата инициативы:

Стой, дальше не рассказывай, дальше – я!;

Подожди, подожди теперь моя очередь!;

Слушай, потом – я, хорошо?

В групповом общении детей с ровесниками наблюдаются случаи (54%) перебивания с целью привлечения внимания одного или всех разговаривающих:

Вован, глянь какой у меня мотик есть!;

Эй, пацаны, гляньте, чё девчонки делают!;

Саш, а ты вот так сможешь? и т.п.

Реже, чем в остальных случаях (26%), шестилетний ребенок перебивает своих сверстников с целью получения информации:

Даш, ты не знаешь, сегодня надо было деньги за спектакль приносить?;

Серый, это твои такие перчатки?;

Гляньте, чей шарф?

Допустимость перебивания взрослых

Количественный анализ показал, что дошкольники в ситуациях перебивания сверстников используют:

- 58% речевых актов захвата инициативы в общении;
- 31% речевых актов привлечения внимания собеседника;
- 11% речевых актов, направленных на получение информации.

В общении же с взрослыми дошкольники чаще перебивают их с целью привлечения внимания и получения информации, реже с целью захвата инициативы общения. Причём, в общении с близкими взрослыми речевых актов привлечения внимания больше (64% речевых актов), чем речевых актов, направленных на получение информации (их 36%). В общении со знакомыми малознакомыми и незнакомыми взрослыми речевых актов, направленных на получение информации, в 1,5 раза больше, чем речевых актов привлечения внимания.

Примеры.

Реплики детей при общении с близкими взрослыми:

Мам, ну хватит болтать по телефону, глянь, как у меня получилось! (Ксения К., 1999);

Пап, ты слышишь? Ты слышишь! Ну дай мне сказать! (Кирилл Ф., 1999);

Бабуль, дедуль! Гляньте, как я умею! (Вероника М., 1997).

Реплики детей при общении со знакомыми, малознакомыми и незнакомыми взрослыми:

Наталь Петровна! А можно книжку взять с вашего стола?;

Теть Оль! А вы арбузы любите?;

А вы не скажите, сколько сейчас времени?

Необходимо отметить тот факт, что дошкольники (100% детей), перебивая своих сверстников, никогда не извиняются. 12% шестилетних детей считают, что перебивать взрослых можно, нужно только извиниться.

Особенностями невербального поведения детей в подобных ситуациях являются такие сигналы:

- закрывание ладонями своих ушей, как сигнал нежелания слушать;
- закрывание ладонью рта собеседника, как сигнал прекращения говорить;
- шлепки и удары собеседника, как сигнал прекращения говорения (в основном со сверстниками).

Итак, перебивание своего собеседника или разговаривающих характерно для детского коммуникативного поведения. Шестилетние дети не считают перебивание собеседника невежливым, а в разговоре с ровесниками считают перебивание необходимым элементом общения, позволяющим захватывать и удерживать инициативу в общении.

Обобщенно проявление вежливости в коммуникативном поведении дошкольников в сравнении с взрослыми можно представить в виде следующей таблицы:

Параметр	Степень
Вежливость к сверстникам - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	низкая
Вежливость к младшим детям - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	пониженная
Вежливость к старшим детям - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	низкая
Вежливость к родителям - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	заметная
Вежливость к бабушке и дедушке - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	пониженная
Вежливость к знакомым взрослым - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	высокая
Вежливость к воспитителю - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	высокая
Вежливость к незнакомым взрослым - очень высокая, высокая, заметная, пониженная, низкая, отсутствие	заметная
Допустимость грубости - очень высокая, высокая, невысокая, недопустимость	высокая
Допустимость перебивания сверстников - очень высокая, высокая, невысокая, недопустимость	очень высокая
Допустимость перебивания взрослых - очень высокая, высокая, невысокая, недопустимость	высокая

Категория вежливости представлена в сознании дошкольника дихотомией «грубость–вежливость», «грубый–вежливый» и является одной из центральных категорий коммуникативного сознания ребенка в этот период. Категория вежливости в детском коммуникативном сознании основана на понятиях «послушание», «помощь другим», «вежливые слова».

Развитие общения дошкольников со сверстниками. М., 1989.

Н.А. Лемяскина

**Категория *вежливость*
в коммуникативном сознании младших
школьников
и ее проявление в общении с окружающими**

Явление вежливости - это целостная многоаспектная категория, состоящая из сложившихся в обществе у носителей языка представлений об этических нормах поведения, в том числе и речевого (а может быть, в первую очередь речевого) (Формановская 1998, с.61).

Вежливость - необходимое условие общения, в общественном сознании она имеет высокую ценность. Вежливость, особенно в единении с речевым этикетом, позволяет говорящему демонстрировать внимание к собеседнику, интерес к его делам, сопереживание, готовность помочь, желание контактировать,... обеспечивает неконфликтные зоны общения, а также предупреждает и снимает конфликты (Формановская 1998, с.255). Именно важностью данной категории для общения объясняется необходимость исследования уровня ее сформированности в коммуникативном сознании младшего школьника в рамках изучения коммуникативного поведения ребенка.

Нами был проведен опрос учащихся первых-четвертых классов г. Воронежа (307 чел.). Детям предлагалось письменно закончить фразу: *вежливость - это ...* (метод субъективной дефиниции).

Полученные данные (опрос 89 учащихся первого класса) свидетельствуют о том, что в коммуникативном сознании первоклассника категория «вежливость» представлена следующими составляющими:

1. *Употребление вежливых слов* (отмечает 48% опрошенных): спасибо, пожалуйста, извините, здравствуйте, до свидания, добрый

день, добрый вечер, привет и «другие такие» слова, а также отсутствие «плохих» слов (не говорить плохих слов, не дразниться);

2. **Уважение** (к определенному кругу лиц 18%): уважать папу, маму, учителя, врача.

3. **Соблюдение норм поведения в общественных местах** (21%): стучать в дверь, хорошо вести себя за столом, на улице, в школе; соблюдать дисциплину, не болтать на уроке с другом; не плеваться; человек, который может вести себя в обществе, хорошо обращается с мамой, бабушкой, дедушкой, культурность.

4. **Приветливость, приятность в общении** (18%): человек, который любит общаться, говорить вежливые слова и дарить улыбку; когда человек жмет руку и рад; человек, который приносит радость всем; спокойно говорит, не кричит, хорошо говорит с друзьями и взрослыми; вежливо разговаривает с учителями, ласково говорит.

5. **Помощь родным и друзьям** (10%): помогать друг другу, маме, всем; делиться (например, иногда дети забывают в школу ручку, карандаш и вежливый человек в этом поможет).

6. **Доброта** (8%): быть добрым; человек, который никому не желает зла.

7. **Соблюдение норм общения** (6%): не отнимать игрушки у малышей; слушаться учителя; если ударил друга, надо извиниться.

8. **Ум** (5%)

9. **Любовь к другим** (2%): человек, который всех любит.

10. **Красивая (хорошая) речь** (2%):- красиво говорить.

Единичные ответы: скромность, радость; это Коля и Женя, но этого не видели; Наталья Николаевна.

Таким образом, ядром категории «вежливость» у первоклассников является **употребление вежливых слов**. Анализ полученных результатов свидетельствует о том, что коммуникативная категория «вежливость» в сознании первоклассника в основном сформирована (наличие в ответах составляющих: употребление вежливых слов, приветливость в общении, соблюдение норм общения), хотя значительную долю занимают понятия, относящиеся к моральным и интеллектуальным качествам собеседника (доброта, ум, любовь к другим). Следует также отметить, что часть опрошенных отождествляют качество «вежливость» с его носителем – конкретным человеком (ср. пример с Женей и Колей, Натальей Николаевной).

При исследовании содержания коммуникативной категории «вежливость» в сознании учащихся второго класса (опрос 70 чел.) ответы детей оказались более развернутыми и содержательными. Данная категория представлена у них следующими составляющими:

1. Вежливая речь (38%):

- употребление вежливых слов: говорить большое спасибо, до свидания, простите, привет, говорить волшебные слова (и дают пояснения: но говорить эти слова от души);

- отсутствие «плохих» слов: когда человек не говорит грубых слов, не знает плохих слов, вежливый человек не будет обзываться.

2. Приветливость, приятность в общении (37%): хороший характер у человека; когда человек милый; ласка, ласковое сердце (как у нашего учителя); когда к тебе хорошо относятся; когда человек внимательный; когда человек говорит что-нибудь хорошее, добрые слова; когда человек делает людям приятное; когда человек говорит спокойно; когда человек говорит красивые слова другому человеку; когда человек улыбается; вежливый человек говорит приятно; приветливо, с добрыми намерениями.

3. Доброта (30%): добро, доброта, добрая душа, доброта души.

4. Любовь к другим (23%): когда человек всех любит; любит людей; когда он любит не только себя, (а они должны быть такими, как дети у нас в классе), любовь.

5. Соблюдение норм поведения (23%): когда человек воспитанный; когда уступает место (в троллейбусе один мальчик, он уступил место бабушке), быть дисциплинированным, не бегать (в школе); вежливый человек не полезет в драку; не дерется.

6. Уважение (19%): уважение,уважение к человеку, когда уважаешь друг друга.

7. Помощь другим (12%): вежливый человек всегда поможет в беде; человек, который всем помогает; помогать друг другу; когда человек поможет кому-нибудь; когда ученик помогает учителю; когда человек помогает нести пакет, сумку; если что-то у кого-то упадет, он поднимет.

8. Соблюдение норм общения (10%): человек уступает; вежливый человек всегда заступится за младшего; слушаться всех.

9. Красивая (хорошая) речь (6%): человек приятно и небыстро говорит; ясно говорит; красиво говорит.

10. Ум (4%)

Таким образом, результаты исследования показывают, что у учащихся второго класса содержание понятий, составляющих категорию «вежливость» значительно обогащается новыми понятиями и представлениями. Причем составляющая «вежливые слова» (1 класс) обобщается в «вежливую речь», «уважение к определенному лицу» (1 класс) в «уважение к человеку» (2 класс), «помощь родным и друзьям» (1 класс) в «помощь окружающим» (2 класс). Таким образом,

содержание данной категории в сознании второклассников расширено и носит более обобщенный характер, однако нравственные составляющие, как и у первоклассников, занимают значительную долю в содержании категории «вежливость».

Исследование содержания коммуникативной категории «вежливость» в сознании учащихся третьего класса (опрос 64 чел.) дало следующие результаты.

1. Соблюдение норм поведения (53%):

- культура поведения, воспитанный человек знает правила поведения; человек знает, как надо себя вести; за столом не разговаривать; не перебивать старших; когда взрослые разговаривают, не надо перебивать; когда ты хочешь выйти из школы, а туда, наоборот, хочет зайти взрослый человек, ты должен пропустить сначала его; в транспорте уступать место; уступать место старшим; уступать место в трамваях, троллейбусе, маршрутках; надо, когда ты едешь в транспорте, сидишь, и стоит старый человек, надо встать тебе с сиденья, а старый человек пусть сядет; мальчик или девочка сидят в автобусе, а старая бабушка или дедушка вошли в автобус, он уступил место старому человеку, хорошо себя вести; баловаться нельзя, когда человек не дерется, вежливые манеры, хорошие манеры.

2. Доброта (43%): добрый, добро, доброта, добрый человек, с ним можно общаться; когда человек делает добрые дела.

3. Приветливость, приятность в общении (33%): хороший человек; прекрасный человек; человек, с которым хочется общаться; ласковость, человек говорит добрые слова, красивые слова, душевые слова; приветливые, чувствительные слова, спокойный человек, разговаривает вежливо, спокойный голос.

4. Вежливая речь (32%): человек говорит вежливые слова, извините, здравствуйте, спасибо, пожалуйста, до свидания; человек, который здоровается и прощается (я думаю, их должен говорить каждый человек); не грубит взрослым.

5. Уважение (20%): уважать старших, уважение других людей; человек, который уважает людей; уважение к человеку.

6. Помощь другим (13%): помогать взрослым, помочь в трудную минуту; тебя попросят об одолжении, ты должен это сделать, человек должен помогать тому человеку, кому нужна помощь.

7. Ум (10%): умный.

8. Любовь к другим (7%): любить; любить друзей.

9. Красивая речь (6%): говорить красиво.

10. Соблюдение норм общения (4%): слушает своих родителей.

Опрос учащихся четвертого класса (84 чел.) дал следующие результаты:

1. Вежливая речь (44%):

- когда люди говорят спасибо; когда говорят слова до свидания, спасибо, извини, значит, человек вежливый; когда люди умеют прощаться, благодарить, говорить здравствуйте, спасибо, на здоровье, до свидания; человек благодарит своих друзей; это наполовину волшебные слова: сказать пожалуйста, спасибо, извините, вежливые фразы, вежливые выражения (дети дают пояснения: чтобы быть вежливым, надо научиться правильно говорить вежливые слова);

- не говорить плохих слов другому человеку, не грубить; не обзываться; не грубыят старшим, не оговариваются; когда человек не ругается, не огрызается со взрослыми.

2. Приятность, приветливость в общении (39%): приветливые встречи; улыбаясь, прощаться, приветливость, приятное общение, приятная речь, приветливые жесты, взгляды, улыбка; поклонись, улыбнись, посмотри внимательно; когда человек говорит приятные слова и тому человеку очень приятно слышать хорошие слова, добрые слова, хорошее отношение к людям, к друзьям, хорошие отношения между людьми, хорошее отношение к человеку; к людям, мирные отношения к людям; вежливо разговаривать друг с другом, умение разговаривать вежливо, говорить уважительно (пояснение детей: надо скрывать, что ты думаешь о человеке).

3. Соблюдение норм поведения (22%): не влезать в разговор со взрослым; когда здороваясь со взрослым первым; никуда не опаздывать; хорошо вести себя в гостях; хорошо вести себя за столом, пожатие руки; при встрече протягивать друг другу руки; уступать место старшим; когда уступаешь место взрослому человеку в общественном транспорте, уступи женщине дорогу, старику - место в автобусе, не драться, вести себя прилично, вежливые привычки.

4. Уважение (12%): уважать старших, уважение к старшим, когда люди уважают друг друга, относиться к людям с уважением, когда люди уважают других вежливых людей, уважение.

5. Бесконфликтность (26%):

- бесконфликтность, бесконфликтные отношения, бесконфликтная речь.

6. Соблюдение норм общения (24%): когда мальчик не обижает девочку; успокой малыша; уступают друг другу, тактичность, совершают вежливые дела, поступки, не важничать, не задирать нос.

7. *Доброта* (11%): доброта, быть добрым, хороший человек, доброе отношение к друзьям, учителю, родителям, сестрам, братьям, всякие добрые дела (пояснение: вежливый человек должен быть добрым).

8. *Помощь другим* (11%): помочь кому-то в трудную минуту, помогают в трудную минуту, помогают друг другу; когда тебе помогают: например, когда ты упал или что-то уронил; помоги женщине донести тяжелую сумку; когда тебя просят, ты должен выполнить, тогда ты попросишь, тебе тоже помогут.

9. *Красивая (хорошая) речь* (9%): красивая речь; правильная, красивая речь, говорить легко, спокойно; культурная речь.

Причем, учащиеся 4 класса, кроме того, что дают развернутые толкования данного слова, дают пояснения: Вежливость - это очень хорошо! Вежливость нужна человеку! Вежливость - это самое хорошее на земле, вежливости надо учиться! Вежливость все двери открывает (17%); без вежливости человек не мог бы жить (12%); без вежливости человеку не обойтись; ничто не дается человеку так дешево и не ценится так дорого, как вежливость (12%).

Вышеперечисленные составляющие можно объединить в несколько групп (блоков):

1. Коммуникативная вежливость:

- вежливая речь (вежливые слова);
- приветливость, приятность в общении;
- соблюдение норм общения;
- бесконфликтность;
- уважение.

2. Поведенческая вежливость:

- соблюдение норм поведения;
- помочь другим.

3. Требования к речи:

- красивая (хорошая) речь.

4. Моральные качества собеседника:

- доброта;
- любовь к другим.

5. Интеллектуальные качества:

- ум.

Таким образом, исследование показывает, что содержание категории «вежливость» можно разделить на составляющие: «коммуникативная вежливость» и «поведенческая вежливость» наряду с моральными и интеллектуальными качествами. Следует отметить, что такое разделение условно и вызвано необходимостью научного

описания, хотя в сознании ребенка эти компоненты представлены нерасчленненно.

Полученные данные можно представить в виде таблицы.

Содержание категории “вежливость”	Количество испытуемых, выделивших данный признак (%) по классам			
	1кл.	2кл.	3кл.	4кл.
I. Коммуникативная вежливость				
1. Вежливая речь (слова)	48	38	32	44
2. Приветливость, приятность в общении	18	37	33	39
3. Соблюдение норм общения	6	10	4	24
4. Бесконфликтность	-	-	-	26
5. Уважение	18	19	20	12
II. Поведенческая вежливость				
1. Соблюдение норм поведения	21	23	53	22
2. Помощь другим	10	12	13	11
III. Требования к речи				
3. Красивая (хорошая) речь	2	6	6	9
IV. Моральные качества собеседника				
1. Доброта	8	30	43	11
2. Любовь к другим	2	23	7	-
V. Интеллектуальные качества				
1. Ум	5	4	10	-

Результаты исследования свидетельствуют о том, что в сознании младшего школьника происходит постепенное уточнение понятий и представлений, лежащих в основе категории «вежливость» и все большую часть занимают те из них, которые относятся к коммуникативной вежливости. В четвертом классе появляется составляющая «бесконфликтность» и значительно уменьшается доля моральных и интеллектуальных качеств собеседника в понятии «вежливость». Ядром коммуникативной категории «вежливость» у

учащихся четвертого класса является «вежливая речь» и «приветливость, приятность в общении».

Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что коммуникативная категория «вежливость» у учащихся младших классов эволюционирует от общеоценочной к собственно коммуникативной.

Категория вежливости выражается в языке в наличии особых форм речевого этикета. Рассмотрим особенности проявления данной категории в общении младших школьников с окружающими в различных стандартных ситуациях (приветствия, прощания, извинения, благодарности).

Как показывает исследование, младшие школьники знают (80% опрошенных) стандартные формулы речевого этикета: *здравствуйте, до свидания, спасибо, пожалуйста, доброе утро, добрый день, добрый вечер, благодарю, будьте любезны, я вам очень благодарен, на здоровье* и др., понимают, для чего они нужны (90% опрошенных): чтобы общаться, чтобы человеку было приятно, чтобы тебя уважали, чтобы люди дружили с тобой и т.д.

Исследование показывает, что выбор формулы речевого этикета и ее вариативность в речевой деятельности школьника зависят от типа собеседника и ситуации общения (официальная/неофициальная).

Ситуация приветствия.

В официальной обстановке с учителем, незнакомым, малознакомым взрослым дети чаще всего используют *здравствуйте* (67%), реже *добрый день* (18%); с родителями: *здравствуй* (38%), *доброе утр, добрый день, привет* (36%); с детьми, кроме перечисленных, *привет, друг, привет, дружбан, салют, привет, (имя)* (63%).

Ситуация прощания

Наиболее употребительная, нейтральная в стилистическом отношении формула “*до свидания*” используется детьми в общении со взрослыми, иногда со сверстниками. Прощание *пока* имеет фамильярный оттенок и используется (72% детей) при неформальном общении (с родными, друзьями). На те же отношения указывает форма *будь здоров*. Общеупотребительной является формула *до завтра; до встречи; пока, завтра увидимся* (65%).

Ситуация извинения

В общении с учителем дети чаще всего используют следующие формулы речевого этикета: *извините* (79%), *извините, пожалуйста; я больше так не буду*. С родителями (кроме перечисленных): *я нечаянно; прости; извини меня, пожалуйста; давай помиримся; я не хотел; с*

друзьями (кроме перечисленных): *зачем мы поссорились; давай играть; давай подружимся; будем играть?, на, играйся.*

Ситуация выражения благодарности

С учителями дети используют речевую формулу *спасибо* (80%); с родителями: *спасибо* (57%), *вот здорово; я так тебя люблю; со сверстниками* (кроме перечисленных): *спасибо, друг* (20%); *спасибо, друг (имя).*

Ситуация просьбы

С учителем: *пожалуйста* (65%); *а можно мне (я)*; с родителями: *пожалуйста; посмотри, как я сделал; купите что-нибудь; я хочу...; мам, ты обещала;* с друзьями (кроме перечисленных): *подумай, ладно?*

Таким образом, исследование показывает, что дети знают «взрослые» формулы речевого этикета, но в достаточно большом количестве употребляют «детские» формулы (*я больше так не буду; я нечаянно; салют; привет, дружбан* и др.). У детей существует как бы два сценария коммуникативного поведения в зависимости от адресата. В общении с взрослыми, особенно с незнакомыми или малознакомыми, коммуникативное поведение осуществляется по взрослому стереотипу, в то время как общение с родными, друзьями позволяет варьировать стандартный сценарий, строить индивидуальную стратегию.

Обучение учащихся культуре общения способствует более быстрому и адекватному формированию категории «вежливость» в сознании ребенка с ориентацией на бесконфликтное общение.

Формановская Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения, М.: Изд-во ИКАР, 1998.

Е. Э.Пастухова

Понятие «вежливость» как коммуникативная категория в сознании младшего подростка

Изучение коммуникативного поведения младших подростков предполагает проведение исследований, которые выявляют содержание и структуру основных коммуникативных категорий в сознании ребёнка.

Цель данного исследования – выявить содержание и структуру категории *вежливость* в сознании младшего подростка. Всего было опрошено 60 человек.

1. Для выяснения идеальных представлений детей о вежливом человеке была использована методика субъективных дефиниций. Пятиклассникам предлагалось дать определение: «Вежливый человек – это...».

Были получены следующие результаты:

«Вежливый человек – это...

- человек, знающий правила этикета – 19(32%);
- человек, умеющий вежливо общаться с людьми, помнящий правила приличия – 13(22%);
- человек, думающий не только о себе, но и о других людях – 6(10%);
- человек, который хорошо воспитан – 5(8%);

2. Для выявления реального содержания категории вежливость была использована методика завершения неоконченных фраз. Ученикам 5-х классов было предложено закончить фразы: «Я вежливый, когда я...», «Я невежливый, когда я...».

Наиболее частые варианты завершения фразы «Я вежливый, когда я...» можно условно разделить на несколько групп.

1. Совершение некоторых обязательных действий (12%):

- уступаю в транспорте место старшим - 2;
- здоровлюсь со старшими - 3;
- наступив кому-нибудь на ногу, извиняюсь - 2;

2. Недопущение некоторых действий (28%):

- не грублю старшим - 2;
- не вмешиваюсь в разговор взрослых - 1;
- не смеюсь и не кричу громко – 2 + 1;
- не бросаю мимо урны мусор – 3 + 1;
- не показываю пальцем – 2 + 1;
- не жую жевательную резинку, разговаривая с кем-то – 1 + 1;
- в многолюдном месте не расталкиваю окружающих локтями – 1 + 1.

3. Место, обязывающее к соблюдению норм вежливости (45%):

- нахожусь в театре - 4;
- нахожусь в кинотеатре - 4;
- нахожусь в гостях - 3;
- нахожусь в школе - 5;
- нахожусь на уроке - 1;
- нахожусь дома - 3;

- еду в общественном транспорте - 3;

- присутствую на общественных мероприятиях - 3;

- сижу за столом с людьми - 1.

4. Собеседник, обязывающий к соблюдению норм вежливости (33%):

- встречаю знакомого пожилого человека - 4;

- к нам приходят гости - 5;

- разговариваю со взрослым - 9;

- уважительно отношусь к взрослым - 2

5. Эмоционально-психологические условия проявления вежливости (66%):

- в хорошем настроении – 11 + 8;

- когда получаю хорошие оценки – 3 + 2;

- обращаюсь с просьбой - 1;

- ко мне хорошо относятся, меня уважают – 7 + 4;

- меня не злят - 4.

Фразу «Я невежливый, когда я...» продолжили 27 учащихся из 60.

Варианты продолжений данной фразы, предложенные пятиклассниками, условно можно разделить на две группы.

1. Совершение некоторых действий (22%):

- неуважительно отношусь к взрослым - 2;

- громко смеюсь и кричу - 1;

- показываю пальцем - 1;

- бросаю мусор мимо урны - 1;

- жую жевательную резинку и разговариваю с кем-то - 1;

- в многолюдном месте расталкиваю окружающих руками и локтями.

2. Эмоционально-психологические условия проявления невежливости (66%):

- у меня плохое настроение - 8

- мне задают глупые вопросы - 2;

- мне грубыят - 1;

- меня обижают - 3;

- я злой - 2;

- я получаю плохие оценки – 2.

Результаты эксперимента с негативной фразой были использованы как указания на соответствие позитивных требований проявления вежливости и суммированы с результатами первого эксперимента.

3. Для выявления мотивации к вежливой коммуникации была также использована методика завершения неоконченной фразы. Ребятам

было предложено закончить фразы: «С вежливым человеком приятно общаться, потому что...», «Надо быть вежливым, потому что...».

Из 60 человек первую фразу продолжили 24. Варианты завершения фразы были таковы:

- «С вежливым человеком приятно общаться, потому что...
- он знает правила поведения – 5(20%);
- он даст тебе совет в трудную минуту – 3(12%);
- поможет тебе – 3(12%);
- всегда скажет тебе приятное – 2(8%);
- он не будет тебе хамить – 2(8%);
- его приятно слушать – 2(8%).

Фразу «Надо быть вежливым, потому что...» из 60 человек продолжили только 13. Варианты были следующие:

- «Надо быть вежливым, потому что...
- чтобы хорошо разговаривать со взрослыми – 6 (46%);
- так надо – 4 (37%);
- человек должен быть вежливым – 3 (27%)..

Анализ результатов проведённых исследований позволяет сделать следующие выводы:

1. Категория *вежливость* образована двумя антонимичными плоскостями (концептами «вежливость»/ «невежливость»).

Концепт «вежливость» более объёмен, имеет более сложную структуру, наиболее яркими признаками этой категории в сознании подростков выступают признаки:

- место, обязывающее к соблюдению норм вежливости (45%);
- эмоционально-психологические условия проявления вежливости (66%);
- собеседник, обязывающий к соблюдению норм вежливости (33%).

Концепт «невежливость» значительно конкретнее по содержанию, наиболее ярким является признак:

- эмоционально-психологические условия проявления невежливости (66%).

2. При соотношении вербальной и невербальной составляющих в проявлении вежливости ярче выделяется поведенческая, то есть невербальная составляющая:

«Вежливый человек – это человек, знающий правила этикета (32%); умеющий вежливо общаться с людьми, помнящий правила приличия (22%)».

«Я вежливый, когда я...

- совершаю некоторые обязательные действия (12%);

- не допускаю некоторых действий (28%)».

«С вежливым человеком приятно общаться, потому что ...

- он знает правила поведения (20%).

Вербальная составляющая выражена очень слабо:

«Я вежливый, когда я здоровуюсь со старшими (3 чел.), наступив кому-нибудь на ногу, извиняюсь (2 чел.) – 8%».

«С вежливым человеком приятно общаться, потому что...

- скажет приятное (2 чел.);

- не будет тебе хамить (2 чел.);

- его приятно слушать (2 чел.).

3. Малое количество ответов в эксперименте по выявлению мотивации к вежливой коммуникации и содержание данных ответов позволяет сделать вывод, что у подростков 10-11 лет практически отсутствует внутренняя мотивация к вежливости.

4. Если сравнивать результаты экспериментов по выявлению идеальных представлений о понятии *вежливость* и реального содержания данного понятия в сознании младших подростков, то мы видим, что в идеальных представлениях отсутствуют такие составляющие как место, обязывающее к соблюдению норм вежливости, собеседник, обязывающий к соблюдению норм вежливости, эмоционально-психологические условия проявления вежливости. Вместе с тем, данные признаки являются достаточно значимыми в реальном содержании категории *вежливость* в сознании младших подростков.

5. Для сознания ребёнка очень важны условия, когда он может быть вежливым. Категория *вежливость* в меньшей мере является ментальной, она достаточно конкретна и нерациональна, не является ценностью, а выступает как ситуативная необходимость. Для ребёнка быть вежливым – это способ произвести положительное впечатление на взрослых, а не внутренне сформировавшаяся категория общения и поведения.

Е.Воронова

Категория вежливость в сознании старшеклассников

Обучаясь в 11-м классе школы, мы обратили внимание на то, что одиннадцатиклассники часто демонстрируют весьма необычное отношение к нормам вежливости. Очень часто представление моих одноклассников о вежливости не совпадает с тем, каким оно теоретически должно было бы быть у уже взрослых ребят. То же самое можно сказать и о ребятах более молодых возрастных групп. Это

привело нас к мысли исследовать, как понимают учащиеся само понятие вежливость, вежливый.

Объектом нашего исследования стала категория вежливость. Мы попытались установить, какие поступки, по мнению ребят, характеризуют человека вежливого и невежливого.

В эксперименте приняли участие 62 учащихся разных возрастных групп: 21 ученик 4 класса (9 девочек, 12 мальчиков), 20 учащихся 6 класса (9 девочек, 11 мальчиков), 21 ученик 11 класса (7 девочек, 14 мальчиков)

Испытуемым была предложена анкета, в которой предлагалось в свободной форме ответить на следующие вопросы: «Вежливый человек – какой? Что он делает? Чего он не делает?

Отвечая на вопрос «Вежливый человек -какой» респонденты дали такие ответы: добрый – 45%, умный – 19%, спокойный – 15%, отзывчивый –10%, культурный –10%, воспитанный – 9%, смелый – 7%, общительный – 7%, приятный – 7%, ласковый –5%, нежный – 5%, аккуратный – 5%.

Всего при ответе на первый вопрос было названо 23 различных качества, характеризующих вежливого человека. Среди них, кроме перечисленных выше, были названы такие: благородный, порядочный, обходительный, тактичный, трудолюбивый, красивый, понимающий.

При ответе на вопрос «что делает вежливый человек» были получены такие ответы :правильно говорит (соблюдает нормы русского литературного языка) – 50%, вежливо обращается к окружающим – 39%, не ругается (не употребляет браных слов, ненормативной лексики) – 20%, помогает людям – 17%, делает добро – 5%, ведет себя как джентльмен –3%.

На вопрос «чего не делает вежливый человек» участники эксперимента ответили так: не грубит – 59%, не дерется – 24%, не ругается – 14%, не злится – 5 %, не балуется – 5%, избегает споров и конфликтов – 4%.

Интересно отметить, что наиболее подробную характеристику вежливому и невежливому человеку дали учащиеся младших классов, что учителя объясняют тем, что у ребят проходят уроки культуры общения, где дети говорят о вежливости. В целом же существенных различий в понимании понятия вежливость у младших. Средних и старших детей не зафиксировано.

В целом проведенный эксперимент показал, что категория вежливости недостаточно адекватно понимается школьниками. Вежливый в сознании учащихся - это человек прежде всего добрый, умный, спокойный и только потом - воспитанный, культурный.

Результаты исследования говорят о необходимости коррекции представлений о вежливости в сознании учащихся.

Е.И.Грищук

Лексема *вежливость* в языковом сознании старшеклассника

В ходе предпринятого исследования содержания семантики ста абстрактных лексических единиц в языковом сознании старшеклассников было отмечено, что лексему *вежливость* подростки, участвовавшие в экспериментальных процедурах, использовали при дефинировании целого ряда исследованных лексем, а также при подборе к исследованным словам оппозитов, симиляров, ассоциаций.

Слово *вежливость* появилось в результатах экспериментов со словами: *нежность, интеллигентность, благодарность, такт, хамство, воспитание, общительность, общение, грубость* (коммуникативно-психологическая лексика); *добро, достоинство, порядочность* (морально-этическая лексика); *культура, культурность* (культурологическая лексика). Это свидетельство того, что в языковом сознании испытуемых в значения этих слов входит семантический компонент «вежливость».

Часто, например, лексема *вежливость* регистрировалась в реакциях на слово *интеллигентность* (56 реакций): при дефинировании (37), при подборе симиляров (5 реакций), в свободном ассоциативном эксперименте (14 ассоциаций).

Слово *интеллигентность* в сознании старшеклассников представлено не только системным значением («Большая внутренняя культура образованных людей, профессионально занимающихся умственным трудом»), но и дополнительными компонентами этого значения, выявленными в ходе экспериментальных исследований и, возможно, совпадающими по содержанию с семантикой лексемы *вежливость*. Назовем эти семы (в статье мы будем называть только те из значений исследованных слов, которые могут иметь общие компоненты значения со значением слова *вежливость*):

- а) проявление образованности, интеллект; б) проявление воспитанности; в) следить за своей внешностью; г) общительность; д) надменное поведение; е) таких мало.

Для проверки наличия сходных компонентов значения слова *вежливость* и, других слов, например, слова *интеллигентность*, был проведен психолингвистический эксперимент.

Участникам эксперимента была предложена следующая инструкция:

«Просим Вас принять участие в психолингвистическом эксперименте.

- Пожалуйста, работайте быстро, не задерживаясь.
- Не возвращайтесь к уже прочитанным словам и не вносите исправлений в уже написанное».

Цель эксперимента – выявить, какие слова в сознании человека «хранятся рядом» со словом *вежливость*.

1. Опишите образ (зрительный, звуковой), какой у Вас возникает, когда вы слышите слово «вежливость»:

2. Напишите слова, близкие по значению слову «вежливость»:

3. Напишите слова, противоположные по значению слову «вежливость», которые возникают сразу же после прочтения слова»:

Всего было опрошено 120 десятиклассников средних школ города Воронежа и Старого Оскола и студентов 1 курса Воронежского энергетического техникума.

В результате обработки результатов, полученных по всем экспериментальным процедурам, были выявлены смысловые компоненты значения слова *вежливость* в языковом сознании старшеклассников. Представим сопоставительные результаты обоих исследований в таблице: по горизонтали – абстрактные лексемы, которые в ходе экспериментальных процедур вызвали в качестве реакции лексему *вежливость* (назовем их «эксп.1»); по вертикали – смысловые компоненты значения слова *вежливость*, выявленные в ходе экспериментальных процедур с другими словами («эксп.2»). В левом столбце приводятся только зафиксированные в словарях компоненты значения слова *вежливость*; выявленные в экспериментах дополнительные семантические компоненты приводятся в сопоставительных комментариях после таблицы.

	интел-лигент-ность	поря-доч-ность	добро	достоин-ство	культур-ность	воспи-тание
культурность	+					
доброта						
воспитанность	+	+			+	
отсутствие грубости	+	+	+	+	+	+
красота, привлекательность						
аккуратность	+	+	+		+	
порядочность		+	+			
образованность	+				+	+
культура речи	+	+			+	+
чуткость, готовность прийти на помощь			+			
сдержанность	+			+		
скромность				+		
ум, рассудительность	+					
общительность	+					
честность						
мягкость			+			
интеллигентность		+				
независимость, гордость, важность	+			+		
пунктуальность						

(продолжение таблицы)

	благо-дар-ность	куль-тура	неж-ность	обще-ние	бди-тель-ность	гру-бость	хам-ство
культурность	+				+	+	+
доброта							
воспитанность		+				+	
отсутствие грубости	+	+	+				
красота, привлекательность							
аккуратность							

порядочность						
образованность						+
культура речи	+	+			+	+
чуткость, готовность прийти на помощь					+	
сдержанность			+			
скромность			+			
ум, рассудительность						
общительность				+		
честность						
мягкость			+			+
интеллигентность						
независимость, гордость, важность					+	+
пунктуальность						

Все выше указанные компоненты значения лексемы *интеллигентность* в языковом сознании старшеклассников зафиксированы в семантике лексемы *вежливость*.

Лексема *интеллигентность* в большинстве своих семантических компонентов совпадает с лексемой *вежливость*, то есть в языковом сознании подростком эта лексема практически синонимичны лексеме *вежливость*.

Слово *вежливость* было предложено в эксперименте по подбору оппозитов по словам *хамство* (60 реакций) и *грубоcть* (40 реакций), оно выступает как антоним этих лексем..

Обращает на себя внимание, что компонент значения «отсутствие грубоcти» ярко представлен в языковом сознании испытуемых. Он выявлен в сознании более 50 % опрошенных. *Вежливость* в языковом сознании старшеклассников, таким образом, ярко противопоставлена *грубоcти, хамству* и осознается как *отсутствие грубоcти, хамства*.

Слова *вежливость*, *вежливый* были частотными в качестве реакций в экспериментах по слову *культурность*. Слово *культурность* в сознании старшеклассников, как показал эксперимент, представлено не только системными значениями, но и дополнительными семами «опрятность», «хорошее качество», «сохранение достоинства». Эти компоненты значения в эксперименте были зафиксированы в

языковом сознании старшеклассников и в семантике слова *вежливость*. Интересно, что, значительно совпадая по смысловому содержанию, эти две лексемы – *вежливость* и *культурность* – различаются в языковом сознании старшеклассников семантическими компонентами лексемы *культурность*, не зафиксированными в словарях: неодобрительными «стремление хорошим поведением произвести хорошее впечатление на окружающих» и «неестественность поведения».

Лексема *вежливость* использовалась старшеклассниками при объяснении ими значения слова *порядочность*. В языковом сознании старшеклассников слово порядочность представлено, кроме системного, значениями, не зафиксированными в словарях - «вежливость, тактичность»; «проявление уважения к страшим»; «интеллигентность, культурность, воспитанность»; «умение поддерживать чистоту»; «отсутствие грубоści в речи». Все эти значения, в том числе и ложное для семантики слова *порядочность* («чистоплотность, опрятность, аккуратность, прилежность») были зафиксированы и в эксперименте по слову *вежливость*.

Примерно одинаково часто лексема «вежливость» использовалась старшеклассниками в качестве реакции в экспериментах со словами *добро, тикт, воспитание*. Содержание лексемы *добро* в языковом сознании подростков представлено значением, не зафиксированными в словарях - «душевное мягкое поведение». В эксперименте по слову *вежливость* компонент значения «доброта, мягкость» тоже ярко представлен в языковом сознании старшеклассников (12 % от числа всех полученных реакций).

Лексема *благодарность* представлена в языковом сознании старшеклассников системным значением, сходным со значением слова *вежливость*, - «о словах, выражающих признательность» и дополнительными семами «культура», «проявление вежливости». Актуальным и ярко представленным в языковом сознании старшеклассников является этот же компонент значения слова *вежливость*: слова *спасибо, пожалуйста* вспомнили более 50 % опрошенных, участвовавших в эксперименте по слову *вежливость*.

Лексема *тикт* представлена в языковом сознании старшеклассников системным значением «умение вести себя, уважая других; чувство меры в поведении, в поступках, подсказывающее, как себя вести по отношению к кому-нибудь, чему-нибудь», дополнительной семой «доброжелательность» и «ложными» значениями, не зафиксированными в словарях, – «пунктуальность», «точное планирование», «неискренность».

Все эти компоненты значения, кроме неодобрительного «неискренность», были зафиксированы и в эксперименте по слову *вежливость*. Связь семантики двух лексем объясняет, возможно, наличие ложных значений «пунктуальность», «точное планирование» лексемы *такт* в языковом сознании старшеклассников. Ср.: «точность (т.е. пунктуальность) – вежливость королей».

Значение слова *воспитание* в языковом сознании старшеклассников представлено не только системными значениями (мы их называли выше), но и дополнительной семой «владение навыками культуры речи» и значением, не зафиксированным в словарях – «образованность». Эти компоненты значения были зафиксированы и в эксперименте по слову *вежливость*: образованность (4 % от числа всех реакций); ум, рассудительность (2 %). «Культуру речи» как компонент семантики лексемы *вежливость* отметили более 50 % опрошенных.

При подборе симиляров к лексеме *культура* 14 подростков написали слово *вежливость*. «Культура» представлена в сознании старшеклассников системным значением «просвещенность, образованность» и значением, не зафиксированным в словарях – общепринятые нормы поведения и речи. Эти же компоненты значения есть у испытуемых и в семантике слова *вежливость*: «образованность» – 4 % от всех полученных по слову реакций; значение «общепринятые нормы поведения и речи» отметили более 50 % опрошенных.

Лексема *вежливость* использовалась испытуемыми как ассоциативная реакция (13 реакций) на слово *общение*. Значение слова *общение* представлено в языковом сознании старшеклассников значением, не зафиксированным в словарях – «способность к общению». Этот компонент значения был зафиксирован и в эксперименте по слову *вежливость* (2 % от числа все полученных реакций).

Лексема *вежливость* использовалась в эксперименте на подбор оппозитов к слову *нежность* (14 реакций). *Нежность* представлена в языковом сознании старшеклассников системным значением «ласкливость, мягкость в обращении с кем-либо». Это значение зафиксировано и в эксперименте по слову *вежливость* (2 % от числа всех полученных реакций). Но в языковом сознании определенной части подростков *вежливость* как проявление сдержанности, скромности противопоставлена *нежности* как «проявлению чувственности», «любви».

Лексема *вежливость* используется как ассоциативная реакция на слово *достоинство* (12 реакций). Лексема *достоинство* в языковом сознании старшеклассников представлена значениями, не зафиксированными в словарях – «проявление независимости, умение добиваться своего», «скромность». Эти компоненты значения зафиксированы и в семантике слова *вежливость*: «скромность» (3 %) и «проявление независимости» (1 %).

Лексема *вежливость* актуализирована в ассоциативном эксперименте со словом *бдительность* (7 реакций). Слово *бдительность* представлено в языковом сознании старшеклассников ложным, не зафиксированным в словарях значением «самоуверенность, раскованность». Этими компонентами значения в языковом сознании учащихся представлено и значение слова *вежливость* - «независимость, самоуверенность, раскованность».

Необходимо отметить, что в ходе анализа результатов исследования семантики абстрактных лексем в языковом сознании старшеклассников было обнаружено явление, которое может быть названо «недифференцированностью значений». Сознание целого ряда испытуемых не дифференцирует значения слов *общение* и *общительность*, *порядок* и *порядочность*, *добро* и *доброта*, *воспитание* и *воспитанность*, *культура* и *культурность*. Это может быть связано с тем, что в языковом сознании подростка значения всех исследуемых лексем представлены смыслом «человек, обладающий этим качеством».

Вежливый человек в их сознании – человек культурный, воспитанный, внимательный, красивый, добрый, образованный, обходительный, прилежный, уважительный, учтивый, интеллигентный, хороший, тихий, правильный, мудрый, аккуратный, пунктуальный, приятный, примерный, порядочный, коммуникабельный, общительный, доброжелательный, скромный, корректный, приветливый, умный, сдержанный, приличный.

В эксперименте со словом *вежливость* был выявлен компонент значения, отсутствующий в системном значении слова - *красота, привлекательность*. Видимо, значение лексемы *вежливость* находится в стадии начавшегося еще в младшем возрасте активного освоения языковым сознанием старшеклассников. Компонент значения слова *вежливость* – «красота, привлекательность» носит возрастной характер. Красивому человеку дети невольно приписывают выдающиеся положительные качества, доброту, порядочность, талантливость. И наоборот, вежливый человек им кажется необыкновенным, красивым, добрым.

Лексема *вежливость* может быть охарактеризована как лексема с высокой степенью абстрактности семантики, как гиперкатегория с размытыми нечеткими границами, значение которой в целом детям понятно, несмотря на всю сложность смыслового содержания. *Вежливость* освоена лучше, чем *интеллигентность, порядочность, культурность*, при этом вызывает исключительно положительные одобрительные оценки в отличие от остальных названных абстрактных лексических единиц. Положительное эмоциональное отношение проявляется в актуализации таких семантических компонентов, как *доброта, красота, чуткость, мудрость*.

При этом для старшеклассников вежливость все еще – необходимое поведенческое качество при общении с посторонними людьми, чаще всего со старшими, а не с близкими, любимыми – тут нужна нежность, а не вежливость. Вежливость воспринимается подростками как нечто не очень современное, свойственное жизни прошлых веков, или хотя бы десятилетий. Вот какие образы рождаются в их сознании, когда они слышат слово вежливость: джентльмен, 18 век; фильмы, отражающие жизнь царей 19 века; картина светлого праздничного бала, когда кавалеры приглашают дам; женщина в длинном платье с веером, мужчина в галстуке (бабочка); 19 век, бал; мужчины – джентльмены, женщины – дамы ; век короля Артура (Камелот); старая женщина, прилично одетая, умная и рассудительная; человек старше меня, пожилой.

Интересно, что обозначились некоторые особенности представления старшеклассников о вежливом юноше и вежливой девушки. Вежливая девушка обязательно скромная, тихая, сдержанная (например, «девушка скромная интересуется у продавца той или иной вещью, нерешительно, спокойным тоном, потом за полученную информацию ее благодарит»), а вежливый юноша – общительный, умеющий поддержать разговор, элегантно одетый, романтичный.

Большинством старшеклассников вежливость осознается не как самостоятельное поведенческое качество, а как качество, поведение, противопоставленное грубости, хамству.

Обращает также на себя внимание «возрастная» синонимия лексем в языковом сознании детей, а также значительный объем возрастных семантических компонентов в значении слова *вежливость* и других исследованных абстрактных слов, которые в значительной степени определяют смысловое содержание этих слов и отношения их синонимии и антонимии.

Коммуникативная категория «вежливость» в межкультурном аспекте

Т.В.Ларина

Коммуникативная категория вежливости: межкультурный аспект

Возросший интерес к категории вежливости указывает на важность этого вопроса в человеческих взаимоотношениях в целом и в межкультурном общении в особенности. В настоящее время является широко признанным тот факт, что вербальная коммуникация - это не только обмен информацией, но также средство установления, поддержания и прекращения социальных отношений, демонстрация своего отношения к собеседнику (Hymes 1972, Lyons 1981, Формановская 1998). Чисто информативная речь является скорее исключением, чем правилом.

Вежливость является неотъемлемым компонентом межкультурной коммуникативной компетенции. 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.

Вежливость представляет собой сложное социально-культурное явление. Она тесно связана с основными принципами социокультурной организации общества и межличностными отношениями, существующими между его членами, и определяется набором социальных ценностей, которыми руководствуются собеседники, удовлетворяя взаимные ожидания.

Категория вежливости является универсальной и в то же время специфической для каждой культуры. Эта национальная специфика может быть выявлена только через сопоставительный анализ, поскольку каждый народ принимает свои национальные нормы вежливости как должное, не усматривая в них никаких национальных особенностей и часто не предполагая, что у других народов они могут быть другими.

При сопоставлении поведения разных народов необходимо принимать во внимание тот факт, что в каждой культуре существует свой концепт вежливости и само это слово имеет разное толкование. В

русском языке «вежливый» означает «соблюдающий правила приличия; учтивый» (Ожегов 1981: 65), в английском - «демонстрирующий свое уважение к другим»: Polite – showing consideration for others in manners, speech (Collins English Dictionary 2000 : 425). В китайском языке вежливость – это проявление скромности, уважения и почитания в речи и поступках, выражение степени почтения.

Сопоставительные исследования в данной области свидетельствуют о несовпадении данных концептов, в частности в русском и немецком языках (Горбачевская 2000), в английском и греческом (Sifianou 1992). Существуют языки, в которых эквивалент английскому слову ‘polite’ вовсе отсутствует, как, например, в языке ибо, распространенном в Нигерии, где он может приблизительно трактоваться как «хорошее поведение» (Ide et al. 1992, с. 11). В других культурах, в частности в японской и корейской, вежливость столь значима, что в данных языках существует лексико-грамматическая категория вежливости.

В концепте «вежливость» отражаются принятые в конкретном обществе нормы коммуникативного поведения, являющиеся в силу исторических, социальных и других причин наиболее приемлемыми в данной лингвокультурной общности.

С целью выяснения того, как понимают вежливость носители английского и русского языков, нами был проведен эксперимент, в котором участвовало по 70 человек. Информантам было предложено ответить на два вопроса: «Как вы понимаете слово «вежливость», «Какого человека вы можете назвать вежливым?» и привести примеры как вежливого, так и невежливого поведения.

Анализ ответов выявил ряд интересных расхождений во взглядах на вежливость у представителей двух культур, основными из которых являются следующие:

1. Англичане, отвечая на вопрос, как они понимают слово *вежливость*, продемонстрировали удивительное сходство ответов. Они были в основном краткими и конкретными и в большинстве анкет касались трех основных моментов: вежливость – это внимание, уважение к другим людям, частое употребление слов ‘please’ и ‘thank you’ и хорошие манеры.

2. Ответы русских респондентов оказались более разнообразными и абстрактными и касались очень широкого круга понятий: вежливость – это уважение других, знание основ этикета, соблюдение правил поведения, образ жизни, элемент культуры человека, культура общения, забота о ближних, воспитанность, порядочность,

отзывчивость и т.д. Значительное место в русских ответах занимают такие понятия, как доброта и помочь другим.

3. Основой английской вежливости является демонстрация внимания к другим, что проявляется прежде всего в манерах поведения (*'politeness is being well-mannered, knowing when and how to do the correct thing'*) и частом использовании формул речевого этикета, таких как '*please*', '*thank you*'. Ответы русских информантов показали, что речевой этикет играет гораздо меньшую роль в коммуникации, что свидетельствуют о том, что демонстрация внимания к окружающим менее типична для русского коммуникативного поведения.

4. Английские информанты продемонстрировали стремление относиться одинаково к каждому. В ответах русских респондентов отразилось особое отношение к старшим, а также противопоставление «свой» - «чужой», своеобразное культурам коллективистского типа и отсутствующее в индивидуалистических культурах (см. Hofstede 1984). Русских отличает более уважительное отношение к «своим», чем к «чужим»³, в то время как английская вежливость в равной степени направлена на всех.

Из вышесказанного можно сделать следующий вывод: английская и русская вежливость имеют разную направленность, английская вежливость является объектно-ориентированной, она направлена на собеседника и выполняет большую коммуникативную функцию, русская же в большей степени замыкается в субъекте и несет большую этическую нагрузку.

Полученные результаты являются очередным свидетельством того, как культура народа проявляется в языке и в общении. В индивидуалистической культуре предупредительное отношение к каждому и демонстрация этого отношения – основа коммуникативного поведения, в коллективистском обществе такое подчеркнутое внимание не считается в той же степени необходимым либо имеет другие формы проявления.

Таким образом, вежливость, несмотря на свою универсальность, как коммуникативная категория, имеет релятивный характер, обусловленный особенностями культуры. Говорить о том, что один народ невежлив или более вежлив, чем другой, представляется

³ Здесь следует уточнить, что под «чужими» понимаются незнакомые, под «своими» - члены группы, отношения между которыми не являются интимными (коллеги, соседи, знакомые), при возрастании интимности (например, члены семьи) степень вежливости может уменьшаться.

некорректным в силу отсутствия «культурносвободного» основания (термин А.Вежбицкой) для определения степени вежливости, которая в разных культурах понимается по-разному.

Разное понимание концепта «вежливость» находит отражение в языке и речи и проявляется в лексико-грамматических, функциональных, прагматических особенностях (см. Харчарек 1998, Ээгиймаа 1998, Володина 2000), а также в использовании разных стратегий вежливости в коммуникации и дает ключ к пониманию многих особенностей коммуникативного поведения представителей разных культур (см.Sifianou 1992; Clyne 1994; Kasper&Kellerman 1997; Ларина 2001б, 2003б, г).

Мы исходим из того, что нет народов более вежливых или менее вежливых. Каждый народ вежлив по-своему. В каждой культуре есть свои ценности, свой тип социально-культурных отношений, которые диктуют правила коммуникативного поведения. Русские так же, как и поляки, немцы и греки являются не менее вежливыми, чем англичане или японцы с точки зрения своих национальных норм поведения.

Поскольку вежливость представляет собой явление социальное, рассматривать ее можно только в контексте социальных отношений и социально-культурных норм. Социальные взаимоотношения между собеседниками определяют два основных фактора – дистанция и власть.

Социальная дистанция может варьировать в широком диапазоне, в результате чего отношения между собеседниками могут быть формальными или отличаться разной степенью близости, интимности. Это горизонтальный тип отношений, который показывает степень социальной близости между коммуникантами.

Вертикальный тип отношений показывает степень социального неравенства, когда дистанция, разделяющая собеседников, вызвана тем, что один партнер по коммуникации обладает большей властью, чем другой. Поскольку данная дистанция, Power Distance (PD) по терминологии П.Браун и С.Левинсона (Brown & Levinson 1987), зависит от иерархии собеседников, их статуса (возрастного и /или социального), предлагаем называть ее *статусной дистанцией*.

Дистанция и власть имеют свою культурную специфику и являются важнейшими основаниями для определения типа культуры (см. Hofstede 1984, 1991). В зависимости от исторически сложившегося уровня дистанции между членами общества культуры делятся на индивидуалистические и коллективистские.

Как известно, английская культура принадлежит к индивидуалистическому типу. В известном исследовании Г.Хофштеде

Великобритания, наряду с другими англоговорящими странами, занимает лидирующее место по степени индивидуализма (см. Hofstede 1984). Одной из основных черт индивидуализма является эгоцентризм, автономия личности (Foley 1997:265). Каждый индивид имеет неотъемлемое право на свою автономию, для обозначения которой в английском языке существует специальное слово – 'privacy'.

К сожалению, в исследовании Г.Хофштеде отсутствуют данные по России и другим славянским странам, однако общеизвестно, что русская культура принадлежит к культуре коллективистского типа. Более того, русский коллективизм – это коллективизм особого рода, не механический, а общинный, соборный (Воробьев 1997, с.175; Прохоров, Стернин 2002, с. 95-101).

Степень социального неравенства в разных культурах также различна. Индекс PD (Power Distance) определяется тем, насколько члены общества, обладающие меньшей властью, принимают это неравенство (Hofstede, 1991, с.28; Adler & Rodman, 1997, с.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. Статусная дистанция отражает социальную асимметрию между членами общества, то расстояние, которое отделяет людей, обладающих разным статусом, наделенных разным количеством власти.

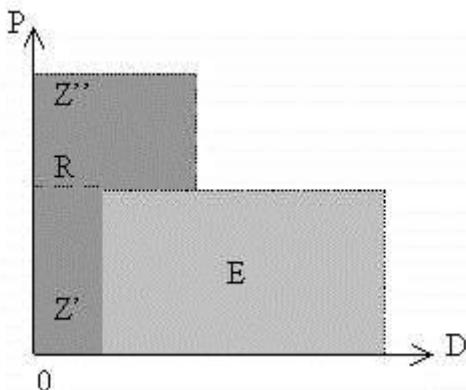
Социальная дистанция (D) и статусная дистанция (P) тесно взаимосвязаны: более индивидуалистические культуры характеризуются более низким индексом власти, в более коллективистских культурах этот индекс выше (см. Hofstede 1984, 1991).

Исходя из вышесказанного, социальные отношения, существующие в английском и русском обществе, различаются следующим образом:

- поскольку английская культура является индивидуалистической, шкала социальной дистанции (D) в ней длиннее, чем в русской культуре, принадлежащей к коллективистскому типу;

- шкала статусной дистанции (P), которая отражает вертикальные иерархические отношения, напротив, длиннее в русской культуре, чем в английской.

Если наложить эти два типа отношений, можно увидеть их асимметрию.



Асимметрия русских и английских социальных отношений

Помимо общей части мы видим две зоны, специфичные для каждой культуры: Z' - зона личной автономии (*privacy*), характерная для английской культуры, которая в русской культуре является зоной интимности, и Z'' – зона власти, характерная для русской культуры.

Эта диаграмма отражает как особенности социальных отношений, так и культурные ценности, характерные для каждой культуры: автономию личности, ‘*privacy*’ (горизонтальная шкала) и относительное равенство всех членов общества (вертикальная шкала) – в английской культуре; близость отношений (горизонтальная шкала) и почтение к тем, кто старше по статусу или по возрасту (вертикальная шкала) – в русской культуре.

Вслед за другими исследователями (Сорокин 1977, 1981; Стернин, Быкова 1998; Samovar & Porter 1998, Wierzbicka 1999) мы считаем, что, если для какого-то концепта в языке существует специальное слово, это значит, что он имеет особое значение для данной культуры. Таким концептом в английской культуре является ‘*privacy*’, которое не имеет эквивалента в русском языке. Английские словари определяют его как ‘*being alone and undisturbed: the right to this freedom from intrusion or public attention*’ (Oxford Popular English Dictionary 2000:641), ‘*the state of being able to be alone and not seen or heard by other people: the state of being free from public attention*’ (Longman Dictionary of Contemporary English 1995, c.121).

Предлагаемый русский перевод – «удединение», «удединенность» (Новый большой англо-русский словарь 1999, с.770) – не покрывает

всей семантики данного слова. Полагаем, что словосочетание «автономия личности» более полно охватывает его значения.

Культурная ценность автономии, независимости личности является одной из важнейших в английской культуре, она проявляется не только в вербальной коммуникации (прежде всего в строгих ограничениях на употребление императива), но и в повседневной жизни. Возникает ощущение, что ‘privacy’ - это даже не абстрактное понятие, а объективная реальность, не видимая простым глазом.

Наличие этой зоны автономии проявляется в том, что в толпе люди не сталкиваются. Они демонстрируют тончайшее чувство дистанции. Если русские извиняются обычно при непосредственном физическом столкновении, англичане - при «столкновении» зонами автономии. При этом извиняются оба субъекта, независимо от того, кто спровоцировал создавшуюся ситуацию. ‘Sorry – sorry’ слышно повсюду. Идущий сзади скажет вам ‘sorry’, если, идя по улице, вы внезапно остановились. Идущий навстречу извинится задолго до того, как это делают русские, едва не сталкивающиеся друг с другом.

Данная культурная ценность объясняет многие особенности английского коммуникативного поведения и, на наш взгляд, именно она определяет в английской коммуникации ту допустимую степень импозиции (*absolute ranking of imposition*), на которую указывали П.Браун и С.Левинсон (Brown & Levinson 1987). Степень импозиции, или степень воздействия на адресата, устанавливает права говорящего осуществлять тот или иной акт и тот предел, до которого слушающий считает это возможным.

Наша диаграмма показывает, насколько различен этот показатель в русской и английской культурах. Сближение собеседников в английской коммуникации допустимо лишь до зоны ‘privacy’ (‘Z’). Вторжение же в эту зону считается грубым нарушением норм общения. Отсюда – многочисленные коммуникативные табу (даже вопрос в транспорте о том, выходит ли стоящий впереди пассажир, считается слишком личным, и его не принято задавать), строгие ограничения на использование императива в разных речевых ситуациях, недопустимость использования перформативных глаголов в прямой речи, ограничения на такие речевые акты, как *замечание, критика*, и другие особенности коммуникации.

В русской культуре нет подобной зоны личной автономии. Сближение русских коммуникантов возможно до более близкой отметки. Соответственно и степень допустимой импозиции, воздействия на собеседника, гораздо выше. Коммуникативная неприкосновенность в русском коммуникативном сознании выражена

слабо. Русские коммуниканты свободно допускают вторжение в зону независимости другой личности. Это касается как невербального поведения (более короткая дистанция общения, допустимость прикосновений, физического контакта), так и вербального (практически отсутствие тематических табу, возможность задавать личные вопросы, вмешиваться в разговор, перебивать, делать замечания и давать советы незнакомым, критиковать и т.д.).

Зона власти (Z''), которая более значительна в русских социальных отношениях, чем в английских, также находит отражение в коммуникативном поведении и принятых нормах (различие *ты-* / *Вы-* форм, имя-отчество и др.).

Асимметрия социально-культурных отношений дает нам ключ к пониманию различий, существующих в системах вежливости, поскольку она четко отражается в том, как люди используют язык в процессе общения.

Различия в системах вежливости касаются не только речевых формул, их лексико-грамматической структуры, семантического и прагматического значений, особенностей функционирования, но и стратегий вежливости, которые также имеют национально-культурную специфику. Именно поэтому для того чтобы быть вежливым в межкультурной коммуникации, недостаточно знать этикетные формулы, существующие в языке общения. Очень часто они не переводимы несмотря даже на кажущуюся эквивалентность. Необходимо знать, когда, где, в каких ситуациях, по отношению к кому они могут быть употреблены и каково их прагматическое значение. Поскольку запомнить, а тем более предвидеть все ситуации общения невозможно, наиболее перспективным представляется знание стратегий, типичных для данной культуры, и умение их использования в речевом общении.

В каждой культуре есть свои правила коммуникативного поведения. Для реализации этих правил в речевом общении существуют определенные стратегии. Вежливость, на наш взгляд, это, прежде всего, соблюдение данных правил путем использования культурно-специфичных коммуникативных стратегий.

Важным аспектом рассмотрения вежливости в межкультурном аспекте является подход с точки зрения двух типов вежливости – позитивной и негативной, предложенный П.Браун и С. Левинсоном (Brown & Levinson 1978, 1987). Выделенные авторами стратегии позитивной и негативной вежливости раскрывают основной механизм человеческих взаимоотношений, который основывается на противоположных действиях: приближении и отдалении. Вступая в

контакт, необходимо приблизить собеседника, сократить разделяющую дистанцию. Для этой цели используются стратегии позитивной вежливости. При этом нельзя заходить слишком далеко. Для демонстрации своего взаимного почтения, уважения личной автономии партнеры прибегают к стратегиям отдаления. П.Браун и С.Левинсон рассматривают позитивную вежливость как вежливость, основанную на сближении ('approach-based'), а негативную – на отдалении ('avoidance-based').

Думается, в русских текстах можно использовать термины вежливость *сближения* и *отдаления*, которые так же, как и *позитивная / негативная* вежливость подчеркивают полярность данных стратегий, в то же время указывают на их основную функцию и не содержат при этом никаких оценочных коннотаций.

Стратегии отдаления нацелены на социальное дистанцирование, на создание коммуникативных барьеров, границ ('hedges' в терминологии П.Браун и С.Левинсона) (Brown & Levinson 1987, с.145), на то, чтобы не допустить сближения, показать наличие дистанции между собеседниками и таким образом продемонстрировать взаимное уважение. Важнейшими из них являются косвенность выражения коммуникативных интенций, уклончивость, предоставление слушающему возможности не совершать действие, выражение сомнения в возможности его осуществления, дистанцирование адресата от побуждаемого действия и др. (см. подробнее Ларина 2003 б,г).

Наиболее наглядно различия в использовании данных стратегий проявляются в побудительных речевых актах, т.е. там, где говорящий в силу их природы вынужден оказывать воздействие на адресата.

Многочисленные исследования, показывают, что при выражении просьбы англичане отдают явное предпочтение косвенным высказываниям (см. Rintell 1981, Trosborg 1995, Aijmer 1996, Егорова 1995 и др.).

Как показали результаты проведенного нами эмпирического исследования, стратегии дистанцирования характерны и для тех РА, где говорящий побуждает адресата к действию в интересах последнего (в приглашении, совете). Косвенная передача побуждения здесь также является предпочтительной: *Would you like to come to my birthday party* (*Ты бы хотел прийти ко мне на день рождения?*); *I am just wondering whether you would like to come over* (*Я просто интересовался, не хотел бы ты зайти;* *Why don't you visit the museum after lunch?* (*Почему бы тебе не посетить музей после обеда?*)).

Также, они часто используются и в директивных речевых актах, не представляющих адресату pragматической опции (требовании, команде), где прямое побуждение, с точки зрения русских коммуникативных норм, представляется наиболее уместным: *Will you kindly open your handbag? (Вы любезно откроете сумку?)* (на таможне); *Can I see your passport? (Могу я посмотреть ваш паспорт?)* (на паспортном контроле); *Would you mind repeating that, please? (Ты бы не возражал повторить это, пожалуйста?)* (учитель – ученику); *Could you please move up your car? (Могли бы вы, пожалуйста, переставить вашу машину?)* (автоинспектор – водителю).

Для русской коммуникативной культуры подобные стратегии характерны в значительно меньшей степени, русские предпочитают выражать свои интенции прямо, а не косвенно, особенно в директивах, коммуникативное воздействие не является нарушением этикетных норм. Ср. *Запишите ваши ответы. - Can I ask you to write down your answers? (Могу я попросить вас записать ваши ответы?)*; *Возьмите ваши работы. - May I give you these papers? (Могу я дать вам эти работы / задания?)* (учитель – ученикам).

Все стратегии вежливости отдаления направлены на реализацию одной гиперстратегии – *уменьшайте воздействие на адресата, демонстрируйте свое уважение к его личной независимости.* Данная гиперстратегия привела к формированию такой доминантной черты английского коммуникативного поведения, как **коммуникативная неимпозитивность** – соблюдение коммуникативной неприкосновенности, недопустимость воздействия на адресата либо сведение его до минимума в тех РА, где это воздействие приходится оказывать. Данная коммуникативная доминанта проявляется не только на уровне употребления языковых средств (ограничение на употребление императива, например), и использования определенных коммуникативных стратегий при выражении тех или иных интенций, но касается ограничений на ряд речевых актов (замечание, критика, угроза). Коммуникативная неимпозитивность характерна в английской коммуникации для всех тех ситуаций общения, где затрагиваются интересы адресата и есть угроза вторжения в его зону личной автономии (Ларина 2003 в).

Для русской коммуникативной культуры стратегии вежливости отдаления, дистанцирования не столь типичны. Они реализуются в меньшем количестве и с меньшей интенсивностью. Оказание воздействия на собеседника не является нарушением норм общения. Возможно даже усиление этого воздействия. Данная особенность коммуникативного поведения позволяет говорить о

коммуникативной импозитивности – допустимости оказания коммуникативного воздействия на собеседника как одной из русских коммуникативных доминант. На языковом уровне импозитивность проявляется, прежде всего, в широком употреблении императива, а также в допустимости усиления просьбы, приглашения, что не воспринимается как нарушение этикетных норм. На коммуникативном – в ограниченном, по сравнению с английской коммуникативной культурой, употреблении стратегий дистанцирования, в достаточно свободном и более частом употреблении импозитивных РА в целом.

В русской коммуникативной культуре преобладает прямой стиль общения. Помимо короткой социальной дистанции этому способствует также наличие статусной дистанции в русском обществе, когда люди, обладающие большей властью, считают себя в праве употреблять прямые директивные высказывания, а те, кто обладает меньшей властью, считает это вполне допустимым. Ср.: *Предъявите ваши билеты – May I see your ticket? (Могу я увидеть ваши билеты?)* (контролер – пассажири), Обратите внимание на эту таблицу. – *Could I draw your attention to this table? (Мог бы я привлечь ваше внимание к этой таблице?)* (преподаватель – студентам).

С другой стороны, наличие статусной дистанции поощряет людей к демонстрации уважительного отношения к тем, кто старше по возрасту и/или положению. Самым наглядным проявлением этого в русском языке является наличие вы-формы и обращений по имени-отчеству. В английской культуре, напротив, отсутствие данной дистанции делает вполне допустимым обращение младших к старшим по имени: *Hi, Sarah* (студент – преподавателю), *Thanks, Tom* (внук – дедушке).

Тот факт, что вежливость отдаления составляет основу английской вежливости не является случайным для культуры, в которой личная автономия представляет собой одну из важнейших культурных ценностей.

В исследованиях в области кросскультурной коммуникации больше внимания уделяется стратегиям негативной вежливости, то есть стратегиям отдаления. На наш взгляд, в процессе общения позитивная вежливость важна в не меньшей степени, чем негативная. Оба типа вежливости должны рассматриваться как две стороны одной медали, хотя при этом следует иметь в виду, что их размер и форма могут оказаться разными.

Существует мнение, что в культурах индивидуалистического типа коммуниканты делают больший акцент на стратегии негативной вежливости (Sifianou 1992), чем в культурах коллективистских. При

в этом делается вывод, что для последних в большей степени характерны стратегии позитивной вежливости Проведенный нами сопоставительный анализ стратегий, выделенных П.Браун и С.Левинсоном (Brown & Levinson 1987), дал любопытный результат: выделенные ими стратегии позитивной вежливости, называемые нами стратегиями сближения (оказывайте внимание собеседнику, преувеличивайте интерес, симпатию к нему; будьте оптимистом; утверждайте общую точку зрения, мнение, отношение, знание, эмпатию; используйте маркеры внутригрупповой принадлежности и др.), также в большей степени характерны для английского коммуникативного поведения, чем для русского (см. подробнее Ларина 2001б, 2003 г.).

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

Представителей русской культуры (как и многих других) удивляет при этом, что англичане часто благодарят, когда нет видимого объекта благодарности; извиняются, когда для этого нет причины; приглашают в гости, не реализуя впоследствии свое приглашение; делают восторженные комплименты и дают преувеличенные оценки по самому незначительному поводу; интересуются делами партнера и при этом даже не замедляют шаг или не делают паузы для того, чтобы успеть услышать ответ и т. д. Подобное поведение часто расценивается как «коммуникативная неискренность».

Это непонимание происходит из-за того, что англичане больше значения придают форме, чем содержанию. По сравнению с соответствующими русскими формулами английские являются в большей степени семантически опустошенными. Их основное прагматическое значение – продемонстрировать собеседнику свое внимание, симпатию, расположенность, желание продолжения контактов и т.д. (см.Ларина 2001а).

Подобные коммуникативные действия выполняют, на наш взгляд, на верbalном уровне ту же функцию, что и английская улыбка,

являющаяся, как отмечает С.Г.Тер-Минасова, формальным знаком культуры, одной из неотъемлемых черт английского невербального поведения как внешний сигнал доброжелательности и расположенности к окружающим (Тер-Минасова 2000, с. 189-190).

Частое использование суперлативных языковых единиц, многочисленных интенсификаторов и повторов делает английскую речь эмоциональной и выразительной, что тоже создает впечатление наигранности и неискренности для русского наблюдателя. Подобное восприятие особенностей английского коммуникативного поведения находит отражение даже в лексикографической литературе, где отмечается, что «*polite* может характеризовать и неискреннее, чисто внешнее или формальное проявление вежливости: субъект может и не думать того, что этикет вынуждает его сказать» (АРСС 1994, с. 323 – 324). В доказательство этого суждения приводится следующий пример: *Still, we have had a very enjoyable evening, haven't we, Tom? said Mrs. Dalby, who had plainly had nothing of the kind but was a polite woman'* (J.B. Priestley) «Все же мы очень приятно провели вечер, не правда ли, Том? – сказала миссис Далби. Она, конечно, этого не думала и сказала так просто из вежливости».

Думается, обвинять англичан в «коммуникативной неискренности» не вполне справедливо. С нашей точки зрения, элемент неискренности содержится в семантическом значении речевых формул и их компонентов, отличающихся лексической гиперболизированностью, в то время как прагматическое значение подобных речевых формул, как и всей английской фатической коммуникации в целом, заключается в том, что коммуниканты стремятся продемонстрировать свою симпатию, расположность собеседнику, сделать ему приятное ('I want you to feel good'), и в этом намерении они совершенно искренно.

Одно из важных различий в английской и русской коммуникации, выявленных в результате сопоставительного анализа, состоит в том, что в русской коммуникативной культуре важную роль играет эмоциональность, то есть свободное, естественное проявление эмоций, в то время как в английской – эмотивность, выражение эмоций в стратегических, коммуникативных целях (см. Ларина 2002).

Эта особенность ярко проявляется в частом употреблении английскими коммуникантами экспрессивных эмоционально-оценочных реплик, характерных для многих коммуникативных ситуациях общения: *Thank you very much. I had a great time. The food was exquisite* (уходя из гостей); *Oh my God! This is too much. I really love it. It's gorgeous.* (благодарность за подарок); *Great. That would be lovely. Thank you very much* (реакция на приглашение).

Результаты проведенного эмпирического исследования наглядно показали, что эмотивность представляет собой неотъемлемую черту английского коммуникативного поведения, для которого характерно частое употребление эмоционально нагруженных лексических единиц. Английская речь изобилует разнообразными экспрессивными прилагательными (*lovely, fantastic, fabulous, superb super, terrific, stunning, ravishing, gorgeous, brilliant, marvelous, smashing*), которые широко употребляются при оценке внешности собеседника, его качеств, умений, поступков, действий, причем часто самых незначительных: *You're absolutely fantastic* (за помошь в мытье посуды); *Your rice is terrific. It looks incredible.*

Преувеличение, или использование стратегии переоценки (*upgrading strategy*), проявляется в предпочтении англичанами экспрессивных эмоционально-оценочных единиц: *happy* (счастливый) в значении доволен (*I'm happy with my cake; I am not happy with your behaviour*), *delighted* (восхищенный) в значении счастливый (*I'll be delighted to see you, I'm delighted you're coming*), *enjoy* (наслаждаться), *love* (любить) в значении нравиться (*I enjoyed meeting your mother; I think I'd enjoy a bit of roast beef; Do you like this ring? – I love it*), *flourish* (процветать) в значении быть в добром здравии (*I hope you are all flourishing*).

В подобных случаях следует иметь в виду, что, как справедливо отмечает Н.К.Рябцева, *to feel happy* не всегда выражает эмоциональное состояние, это может быть выражение отношения (Рябцева 2001, с. 22). Очевидно, во всех приведенных примерах эмоционально-оценочные лексемы выступают именно во второй, оценочной, функции.

Преувеличение наблюдается также в том, как англичане выражают свое отношение к происходящему или наблюдаемому. Такие гиперболы как *How absolutely (completely) marvelous (extraordinary, devastating, incredible, fantastic, wonderful, delightful, ravishing, divine, amazing, unbelievable)*, являются одной из черт разговорного английского языка (Carter & McCarthy 1997, с.35). При этом важно иметь в виду, что в них содержится не столько оценка, сколько эмоциональная поддержка собеседника.

В русской культуре эмотивность не играет столь большой роли. Русские коммуниканты более сдержаны в своих оценках и более прямолинейны. Они предпочитают оценивать действия собеседника, а не его качества (Ср. *Thank you very much. You've been so helpful and supportive. – Большое спасибо. Ты мне очень помог*) и в большей степени ориентированы на содержание, а не на форму.

Квантитативный анализ показал, что такая стратегия вежливости сближения, как *будьте многословны*, также в большей степени характерна для английского коммуникативного поведения, чем для русского. Англичане дольше благодарят, дольше прощаются. В коммуникативной ситуации *Прощание* англичане чаще, чем русские, выражают свою заинтересованность в продолжении общения, в дальнейших контактах и встречах, как правило, сопровождают их пожеланиями:

'Bye, Tom. Have a great evening. Relax. Enjoy yourself.'

'Thanks, Jane. Have a nice week-end too. Bye-bye' (коллеги в пятницу вечером).

Все стратегии вежливости сближения направлены на реализацию гиперстратегии – демонстрируйте внимание, симпатию к окружающим, которая предопределяет такую доминанту английского коммуникативного поведения, как **коммуникативная аттрактивность, или демонстративная приветливость**. Среди других коммуникативных черт, связанных с регулярным употреблением стратегий сближения можно назвать такие, как *гиперболизированная оценочность, эмотивность, коммуникативный оптимизм, коммуникативная неформальность (демократичность)*.

Для русских коммуникантов рассмотренные стратегии менее типичны. Доминантными чертами коммуникативного поведения русских, выделяемыми при сопоставлении с английскими, являются *прямолинейность, эмоциональность, искренность, или естественность*, под которой понимается ориентированность на содержание, а не на форму, меньшая ритуализированность коммуникативных действий.

Разные коммуникативные доминанты являются причиной того, что русские воспринимаются англичанами как хмурые, мрачные, неприветливые, в то же время англичане оцениваются русскими как слишком вежливые, поверхностные и неискренние.

Знание основных черт коммуникативного поведения и их причин чрезвычайно важно для адекватного понимания и успешного межкультурного общения.

Успех в межкультурной коммуникации существенным образом зависит от знания национально-культурной специфики вежливости, владения стратегиями вежливости и понимания факторов, определяющих их. Хотя собеседники могут иметь свой собственный стиль коммуникации, их личные культурные ценности в большой степени являются отражением групповых ценностей.

-
- Adler, Ronald B. and George Rodman, 1997. Understanding Human Communication. Harcourt Brace college.
- Aijmer, Karin. Conversational Routines in English: Convention and Creativity. – London & New York: Longman, 1996.
- Brown Penelope and Stephen Levinson, 1978. Universals in language usage: politeness phenomena, in Ester Goody (ed.), Questions and Politeness: strategies in social interaction, New York: Cambridge University Press.
- Brown Pehelope and Stephen D. Levinson, 1987. Politeness: Some universals in language usage. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carter, Ronald and Michael McCarthy, 1997. Exploring Spoken English. Cambridge: Cambridge University Press.
- Clyne, Michael. Inter-cultural communication at work.Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- Foley, William A., 1997. Anthropological Linguistics: an introduction (Language in Society; 24) Oxford: Blackwell.
- Hofstede, Geert H., 1984. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values, Beverly Hills CA; Sage Publications.
- Hofstede, Geert H., 1991. Cultures and Organizations: Software of the mind. London.
- Hymes, D.H., 1972. Editorial Introduction, Language in Society, 1, Pp. 1-14.
- Ide, Sachiko et al.,1992. The concept of politeness : An empirical study of American English and Japanese in Richard J. Watts et al., 1992. Pp.281-298.
- Kasper, Gabriele and Eric Kellerman (eds.). Communication Strategies: Psycholinguistic and Sociolinguistic Perspectives. London and New York: Longman, 1997.
- Lyons, J. 1981. Language and Linguistics: an introduction. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rintell, Ellen. Sociolinguistic variation and pragmatic ability: a look at learners // Journal of the Sociology of Language. 27. The Hague, 1981. – Pp.11 – 33.
- Samovar, Larry A. and Richard Porter, 1998. Communication Between Cultures. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Sifianou, Maria, 1992. Politeness phenomena in English and Greece/Oxford: Oxford University Press.
- Trosborg, Anna. Interlanguage Pragmatics: Requests, Complaints and Apologies. - Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1995.

- Wierzbicka, Anna, 1999. *Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universality*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Володина М.В. Выражение вежливости и смягченности при волеизъявлении в итальянском и русском языках // Россия и Запад: диалог культур: Доклады 7-й конференции. Том 1. М.: НОПАЯЗ: 2000. - Выпуск 8. - С.189-195.
- Воробьев В.В. 1997. Лингвокультурология. Теория и методы. М.: РУДН.
- Горбачевская С.И. Прагматика вежливости в немецком и русском языках // Россия и Запад: диалог культур: Доклады 7-й конференции. Том 1.М.: «НОПАЯЗ», 2000. - Выпуск 8. - С.318 – 324.
- Егорова М.А. Контрастивно-прагматический анализ способов реализации просьбы: сопоставление британской американской и русской традиций: КД. Воронеж, 1995.
- Ларина Т.В. Асимметрия семантического и прагматического значений в английской фатической коммуникации (в сопоставлении с русской) // Владимир Даля и современная филология: М-лы международной научной конференции. 22-23 ноября 2001 года. Том 1. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А.Добролюбова, 2001. С. 320-324.
- Ларина Т.В. 2001б. Стратегии позитивной вежливости в английской коммуникации (в сопоставлении с русской) // Россия и Запад: диалог культур: М-лы 8-ой Международной конференции. М.: НОПАЯЗ.
- Ларина Т.В. Эмоциональность и эмотивность в коммуникации // Межкультурная коммуникация и перевод: Материалы межвузовской конференции. - М.: МОСУ, ИЯ РАН 2002. С. 89-93.
- Ларина Т.В. 2003 а. Вежливость в межкультурном общении // Русский язык за рубежом. 2003. №1. - С.100-105.
- Ларина Т.В. 2003б. Стратегии негативной вежливости, или стратегии отдаления, в английской коммуникации (в сопоставлении с русской) // Россия и Запад: диалог культур. 9-ая Международная конференция. М.:МГУ. С. 197-208.
- Ларина Т.В. 2003в. Неимпозитивность как одна из доминантных черт английской коммуникативной культуры // Межкультурная коммуникация и перевод: Материалы межвузовской научной конференции. М.:МОСУ, 2003. – С.115-120.
- Ларина Т.В. 2003г. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах. М.: Изд-во РУДН.
- Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русское коммуникативное поведение. М., 2002.

- Рябцева Н.К. Mental Vocabulary in a Cognitive Perspective // Вопросы филологии. 2001, №2 (8). С. 16 – 25.
- Сорокин Ю.А. Метод установления лакун как один из способов выявления специфики локальных культур (художественная литература в культурологическом аспекте) // Национально-культурная специфика речевого поведения. М., 1977. С.120 – 136.
- Сорокин Ю.С. Лакуны как сигналы специфики лингвокультурной общности // Аспекты изучения текста. М., 1981. С.93 – 101.
- Стернин И.А., Быкова Г.В. Концепты и лакуны // Языковое сознание: формирование и функционирование. М., 1998. С.55-56
- Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
- Формановская Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М.: ИКАР,1998.
- Харчарек А.1998. Прагмалингвистическая категория вежливости как инструмент диалогового взаимодействия коммуникантов на русском языке (в сравнении с польским): АКД. М.
- Ээгиймаа Ч. 1998. Категория вежливости и ее выражение в русском и монгольском речевом этикете: АДД. М.

Р.В.Серебрякова

Комplимент как форма выражения вежливости в русском и английском коммуникативном поведении

Комплимент представляет собой одну из форм объективации категории коммуникативной вежливости, направленную на реализацию стратегии поддержания коммуникативного контакта. Комплимент как речевой акт демонстрирует заметную национальную специфику в разных языках.

Нами было проведено сопоставительное исследование речевого акта комплимента в английском и русском общении.

В английском общении выделяются прежде всего *комплименты внешнему виду человека в целом*. Например:

“You look so pretty!”

“You are extraordinarily attractive to women”.

“How nice you look”.

“You’re so handsome”.

“You are charming”.

“You look superb”.

“You look lovely”.

“You look splendid”.

“You’re a terribly attractive woman”.

Также могут быть выделены комплименты по поводу красоты отдельных элементов внешности, частей тела. Зафиксированы комплименты, характеризующие следующие признаки:

Глаза

“Your eyes are so bright!”

“What nice eyes!”

Волосы

“Your hair looks nice».

“Your hair is as bright as copper and gold, and red as burnt copper”.

“You have beautiful hair”.

Прическа

“This hairstyle is just right for you”

“This hair-cut style gives you a youthful look”.

“With you hair cut short you look much younger”.

Лицо

“You’ve got a pretty face”.

Цвет лица

“What a nice colour you’ve got».

“You’ve got a very high colour”.

Улыбка

“You have a nice smile”.

“When you smile you look much younger”.

Зубы

“You have beautiful teeth”.

Фигура

“Your body seems to me like the stem of the flower...”

“You’ve got the figure of a boy of twenty”.

“You have a marvelous figure”.

“You’re looking very fit”.

Руки

“Your arms are pretty”.

“What pretty hands you’ve got!”

Ноги

“I’d no idea you had such pretty feet”.

“Look, what feet of the Madonna! Look!”

Выделяются также комплименты, касающиеся возраста. В их число входит:

Преуменьшение возраста

“You look so young”.

“You say you’re forty? You don’t look it”.

“You don’t look your age at all”.

“You look young for your age”.

Встречаются и комплименты, указывающие на то, что собеседник не изменился, не подвластен возрасту

“You look absolutely unchanged”.

“Age doesn’t tell on you”.

“Age is kind to you”.

“You don’t seem to age”.

“You never change”.

Можно выделить также комплименты умственным, интеллектуальным способностям собеседника. Зафиксированы комплименты, отмечающие, в первую очередь, ум:

“I think you’re a genius”.

“How frightfully clever of you!”

“You’ve got a very good brain”.

“What an intelligent person you are!”

“You’re a woman of intelligence!”

“Such cleverness!”

В третьих, зафиксированы комплименты мудрости:

“You’re full of worldly wisdom”.

Комплиманта удостаивается также остроумие:

“You are sharp-witted!”

И, наконец, комплиментом может быть отмечена проницательность:

“You are shrewd!”

В классификацию по комплиментируемым признакам входят также комплименты, характеризующие внутренние, моральные качества человека, а именно:

сила характера

“I feel you are a rock!”

решительность

“Well, you’re a very determined young man...”

смелость

“Oh! How brave you are!”

“It was very brave of you to stand up and speak in front of all those people”.

сила воли

“You must have an iron will to have given up smoking after all those years”.

великодушие

“It was very magnanimous of you to overlook his rude behaviour”.

благородство

“You have a noble heart”.

“It was very noble of you to look after your old neighbour when she was sick”.

доброта, отзывчивость

“You are very kind – you have always been very kind».

“How kind you are!”

“You’re wonderfully kind!”

“You are too kind sir”.

“You are kind-hearted”.

чувство вкуса

“You’ve wonderfully good taste!”

“You have such perfect taste”.

“You are a person of refined taste”.

пунктуальность

“You’re a punctual sort of young woman!”

чувство юмора

“You have a fine sense of humour!”

“You have a subtle sense of humour”.

гостеприимство

“I thought the English were stiff, but it’s wonderful the way you make me feel at home».

индивидуальность, отличие от других

“When I first so you, I thought you weren’t a bit like other people”.

“You are unique”.

общительность

“You are a good mixer!”

тактичность

“I think a woman of your tact will find a way to deal with a situation like that».

мягкость, покладистость

“You are easy to deal with”.

“You are sweet-tempered”.

легкий характер

“You are good-natured».

верность, преданность

“I admire you enormously for your – your – fidelity.
Loyalty is such a rare virtue in these days».

честность

“You’re so honest”.
“You’re an honest man”.

хорошие манеры

“What gentlemanly manners you had”.
“You’re a well-bred woman”.

К следующему типу комплиментов в данной классификации относятся комплименты, оценивающие способности и профессионализм человека. Сюда входят комплименты, характеризующие:

высокий уровень компетентности в работе

“You made a good job of painting the kitchen – very professional!”
“You do a wonderful job as interpreter”.
“You are a good specialist”.
“You’re a wonderful teacher. Lots of people simply can’t teach. But you’ve got the gift”.

умение петь

“You’ve got wonderful voice, the voice that can wring an audience heart”.

“You shall now assert your claim to the first rank in the vocal art”.

умение танцевать

“How beautifully your wife dances! It’s quite a pleasure to watch her!”

музыкальные способности

“You are a superb performer!”
“You are an outstanding musician”.

умение рисовать

“I admired your pictures the very first time I saw them”.

“He showed me one of your drawings. I was impressed”.

талант писателя

“She’s the literary genius of this distinguished family”.

“I admire your work so much. I reread your books quite often”. – “I’m very glad to think that”.

поэтический дар

“That sounds very nice. You are a poet, Mr. Manson”.

“You ought to write poetry”.

кулинарные способности

“You’re tops for cooking, Cherry”, said Jim appreciatively”.

ораторские способности

“You’d make a good public speaker”.

“What an interesting speech you made!”

умение быть приятным собеседником

“No wonder people tumble over one another to get you to their houses. You have the inestimable gift of making a party go”.

Выделяются также комплименты *физическими характеристиками* человека, а именно:

физической силе

“You’re pretty strong. There aren’t many men who keep up as long as that”.

“You are so strong”.

приятному голосу

“You have a lovely voice».

К следующему типу комплиментов по комплиментируемым признакам относятся *комплименты, характеризующие одежду*.

“You’re dressed fine today”.

“You look quite pretty in that”.

“That’s a nice dress – I like the style”.

“What a nice shirt

“That’s a pretty dress!”

В классификацию по комплиментируемым признакам входят также *комплименты, характеризующие украшения*.

“You know – dear me, what a very elegant button this is! I never noticed it before”. – “Yes, I think it is pretty”.

“What lovely earrings!” – “Thank you”.

Зафиксирован такой тип комплимента, как *комплимент имени*.

“Miss Jane Cleveland. I like the name”.

“Conchita is a pretty name”.

Используются также *комплименты, относящиеся к месту жительства, жилищу, домашней обстановке*.

“Marvelous room”.

“It is very handsome here. The furniture is good and the carpets – thick carpets everywhere. Everything is very good quality”.

“How lovely it is here!”

Последним типом комплиментов являются *общеоценочные комплименты без указания конкретных качеств человека*.

“You’re out of a dream!”

“You angel boy!”

“You’re a very nice man”.

“You’re splendid!”

В русском общении выделяются, во-первых, *комплименты внешнему виду человека в целом*:

«Ты очень хорошо выглядишь».

«Ты прекрасно выглядишь».

«Вы – красавица».

«Тебе нравится «Вирсавия в купальне?»...Она в Эрмитаже висит».

– «Я видел. Она похожа на тебя...»

«Ты конфетка!»

«Как вы похорошили!»

«Ты самая красивая».

«Какая вы обаятельная!»

«Красивая ты сегодня».

«Ты очень симпатичная девочка».

«Вы прекрасно выглядите. Загорели».

«Ты замечательно выглядишь».

«Ты прелестна».

«Ты прекрасна».

«Какая ты хорошенъкая сегодня!»

«О, да ты сегодня роскошная!»

«Вы так прекрасны!»

«Сегодня вы прекрасны!»

«Красота моя неописанная!»

«Кто видел вас однажды, тот навеки унесет с собою ваш божественный образ».

«Вы такая красивая, что и сами не знаете!»

«Какой ты всегда подтянутый, опрятный».

«Ты сегодня красивый».

«Самый мой красивый на свете!»

«А ты хорошенъкий!»

Также могут быть выделены комплименты по поводу красоты отдельных элементов внешности, частей тела. Зафиксированы комплименты, характеризующие следующие признаки:

Глаза

«Глазки мои... Какие глаза!»
 «Ох и глаза!»
 «Какие хорошенъкие глазки!»
 «О-о-о, глаза какие!»

Волосы

«Волосы у вас особенные. Я такие красивые впервые вижу».

«Какой удивительный цвет волос у вас!»
 «Волосы у тебя шелковые».

Прическа

«Вам идет эта прическа».
 «Тебе очень идет эта прическа».

Лицо

«Ваше красивое лицо просится на полотно. О, зачем я не владею кистью!»

«Вы мне очень нравитесь, особенно вон на той фотографии, где у вас такой овал лица».

«У вас такое доброе, приветливое лицо!»
 «У вас милое лицо».

Цвет лица

«У вас прекрасный цвет лица!»
 «Какой у вас небывалый румянец».

Улыбка

«Улыбаешься ты как-то особенно симпатично».

Фигура

«Тебя бог не обидел. Фигура у тебя идеальная».
 «Вон ты какой складный».
 «А ты похудел. Тебе идет».

Руки

«Прелестная ручка!»
 «Какие миленькие ручки!»
 «Такая хорошенъкая маленькая ручка...»
 «Что за руки!»
 «Какие у тебя руки... Красивые».
 «Одни ваши руки могут с ума свести...»
 «Какая рука!»

Ноги

«Ножки ваши выше всякой критики!»
 «У тебя красивые ноги».

Выделяются также *комplименты, касающиеся возраста*. В их число входит:

Преуменьшение возраста

«А вы помолодели».

«А сколько вам лет, простите за нескромность?» -
 «Тридцать восемь». - «Ого! Вы выглядите
 значительно моложе».

«А вы, многоуважаемая, все еще молоды...
 Живость... грация...».

«А ведь вам больше двадцати двух ни за что не
 дашь».

«Ну девочка ты, чисто девочка! Замечательно
 выглядишь».

Употребляются также комплименты, указывающие на взросłość

«Ты стала очень взрослой».

«Душа моя! И выросла, и возмужала...»

«Ты какой-то другой. Совсем мужчина».

«Ты очень возмужал».

Встречаются и *комплименты, указывающие на то, что собеседник не изменился, не подвластен возрасту*

«А ты нисколько не изменился! Все тот же!»

«Ты не изменилась».

Можно выделить также *комплименты умственным, интеллектуальным способностям собеседника*. Зафиксированы комплименты, отмечающие, в первую очередь, ум:

«Вы умная женщина».

«Вон ты какой стал. Умный».

«Ну ты гений!»

«Вы – гений».

«Ты гениальная женщина!»

«Какая ты умная у меня!»

«Вы очень умный человек».

«Ты великого ума женщина».

«И все-то ты знаешь у меня, во всем разбираешься».

«Ах, как вы все схватываете! На лету».

«У тебя такая светлая голова».

«Голова у тебя все такая же ясная. Я бы никогда не сообразил».

Во-вторых, отмечены комплименты *образованности*:

«...не допущу пройти позади такому приятному, образованному гостю».

«Вы образованная, ученая».

Комплимента удостаивается также *остроумие*:

«То, что ты рассказал, необыкновенно остроумно»

И наконец, комплиментом может быть отмечена *проницательность*:

«Вы так проницательны и так понимаете сразу характер людей».

«Вы оказались удивительно прозорливы».

В классификацию по комплиментируемым признакам входят также *комплименты, характеризующие внутренние, моральные качества человека*, а именно:

бескорыстие

«Какой вы бескорыстный!».

сила характера

«У вас героический характер».

«По монолитности характера вы нашему брату сто очков форы дадите».

«Мне кажется, что такая женщина, как вы, с таким характером, должна подчинять себе не только людей, но и саму судьбу».

«Вы сильная женщина!»

решительность

«Какой у вас решительный характер!»

смелость

«А вы смелая».

«Вы такой смелый».

сила воли

«Эх, мне бы твою волю!»

великодушие

«Ты великодушный человек».

«Вы замечательная, великодушная девушка!»

«Вы тот же великолупный рыцарь».

благородство

«Вы благородный человек!»

«Какой вы благородный!»

доброта, отзывчивость

«Ты такая добрая, отзывчивая!»

«И вот явились вы и сразу как добрая фея...»

«Ты самая добрая на свете».

снисходительность

«Как вы добры, снисходительны! У вас золотое сердце!»

терпение

«Надо иметь истинно женское терпение, чтобы все это вышить!»

скромность

«Вы очень скромны! Это прекрасное человеческое качество».

чувство вкуса

«У тебя хороший вкус».

«А вы одна из очень немногих женщин с огромным вкусом».

«Только вы с вашим женским чутьем могли выбрать такую вещь».

пунктуальность

«Ты всегда такой точный, просто прелесть. Не то что я».

чувство юмора

«...ты очень мило шутишь».

гостеприимство

«Ты самая гостеприимная». – «Это правда?»

умение ценить прекрасное

«Вот вы понимаете красоту! Цените ее

индивидуальность, отличие от других

«Вы очень интересный, какой-то необычный...»

«Ты действительно исключительный человек».

«Ты у меня не такая, как другие женщины».

«Ты интересная женщина».

«Ты неповторим».

общительность

«Ты очень общительная девушка».

К следующему типу комплиментов в данной классификации относятся комплименты, оценивающие способности и профессионализм человека. Сюда входят комплименты, характеризующие следующие признаки:

высокий уровень компетентности в работе

«Вы педагог до мозга костей, вы, должно быть, родились учителем»

«Вы прямо на все руки мастер!»

«Я и не знал, что ты такой мастер... Вот вещь!»

«Так организовать дело, как у вас, я, к сожалению, не могу. А хотелось бы».

«Какая отличная работа! Как хорошо это сделано!»

«Ну, вы – очень ценный работник!»

умение петь

«Вы так хорошо поете, вас так приятно слушать, что никогда не наскучит...»

«Такой чудный, чудный голос! С таким голосом концерты петь!»

«Ты даже не знаешь, как ты поешь!»

«Как вы хорошо поете...»

умение танцевать

«Ты замечательно танцуешь... Экстракласс, замечательно».

«Вы, наверное, любите танцевать? У вас это выходит».

«Что же вы не танцуете? У вас хорошо получается».

«А вы хорошо танцуете».

музыкальные способности

«Я вас заслушалась. У вас удивительные способности!»

«Ты хорошо играешь».

умение рисовать

«Иван Сергеич, посмотрите, что Лена Сорокина нарисовала!»

«Вы хорошо рисуете».

талант писателя

«Ты такой талантливый, умный, лучший из всех теперешних писателей... У тебя столько искренности, простоты, свежести, здорового юмора...»

«Постоянный ваш читатель. У вас интереснейшие материалы».

«Прекрасный рассказ! Идея в высшей степени симпатичная!»

«Ты будешь писателем. Ты талантливый». – «И вовсе не талантливый».

«Твой роман я читала с большим наслаждением».
поэтический дар

«Читает он профессионально быстро, через несколько минут он отдает тетрадку.

- Очень талантливо, молодой человек, - говорит он, - очень».

«Ну, ты ж – поэт!»

«Потрясающие стихи!»

кулинарные способности

«Варенье очень даже отличное!»

«Как вкусно! Таet во рту».

«Какое вкусное пюре! Только ты умеешь так готовить».

«Как у вас искусно сделана эта розочка в куличе, прямо хочется понюхать».

«О вашем чае легенды ходят!»

ораторские способности

«Как увлекательно вы умеете говорить!»

«Как вы хорошо говорите!»

«Вы хорошо излагаете, непринужденно».

умение быть приятным собеседником

«С тобой приятно беседовать». – «Ей-богу?»

«Мне все интересно, когда ты рассказываешь».

Выделяются также комплименты *физическими характеристиками* человека, а именно:

физической силе

«Богатырь мой!»

«Какой ты сильный!»

приятному голосу

«А я-то все собираюсь спросить – кто это вчера со мной таким приятным голосом по телефону разговаривал».

«У тебя приятный голос».

К следующему типу комплиментов относятся *комплименты, характеризующие одежду*.

«Ты мне нравишься в этом пальто. Оно тебе идет».

«Ваше платье лучше всяких модных и дорогих платьев... Оно идет вам».

«У тебя новый плащ...Красивый, и цвет красивый».

«Какая на тебе красивая кофточка!»

«Ты в этом платье ослепительно хороша!»

«О, да ты красавица в этом платье!» «Какой вы сегодня нарядный!»

«Ты просто королева! Какое платье! Чудо!»

«Что можно сказать о вашем платье, кроме того, что оно очаровательно!»

«Ох, какое на вас платье, необыкновенной силы!»

Отмечены также *комplименты, характеризующие украшения.*

«Какое колечко симпатичное!»

«Какие у тебя сережки красивые!»

Зафиксирован такой тип комплимента, как *комplимент имени.*

«Как ваше имя, если не секрет?» - «Маша!» -

«Чудесное имя. Тихое, домашнее...»

«Иванна, очень красивое имя».

«Кто это?» - «Дочка». - «Оксаной зовут?» - «Да».

- «Красивое имя...»

«Настасья Петровна? Хорошее имя Настасья Петровна».

«Мне приятно произносить ваше имя».

Используются также *комplименты, относящиеся к месту жительства, жилищу, домашней обстановке.*

«Славная квартира, славная».

«Ваш дом мне ужасно нравится!»

«У вас прелестный дом!»

«Приятная комнатка».

«Очень хороший у вас город, прекрасный город».

«Сад у вас замечательный».

Последним типом комплиментов в данной классификации являются *общеоценочные комплименты без указания конкретных качеств человека.*

«Вы себе цены не знаете!»

«Ты у меня волшебная!»

«Ты чудесная!»

«Вы не можете не нравиться».

«Прелесть моя! Ты понятия не имеешь, какая ты прелесть».

«Ты замечательная девушка».

«Ты лучше всех на свете!»

«Золотой вы человек!»

«Какое счастье встретить такую женщину, как вы».

Сопоставление комплиментов, используемых в английском и русском общении, показывает следующее.

Частотность употребления различных типов комплимента в русском и английском общении неодинакова. В русской коммуникативной культуре преобладают комплименты *внешнему виду человека в целом*, в то время как в английской коммуникативной культуре первое место занимают комплименты *внутренним, моральным качествам человека*.

Характерной особенностью русского коммуникативного поведения, в отличие от английского, является преобладание в русском общении *общеоценочных комплиментов* (16% от общего числа зафиксированных комплиментов в русском общении против 10% в английском общении).

Что касается комплиментов *по поводу отдельных элементов внешности, частей тела*, то в русском общении преобладают комплименты, характеризующие глаза, руки и лицо. В английском общении преобладают комплименты, характеризующие фигуру и волосы (или прическу). Второе место по употребительности в русском общении занимают комплименты по поводу красоты волос, в английском – комплименты, характеризующие лицо.

Применительно к комплиментам, *касающимся возраста*, заметим, что в английской коммуникативной культуре более часто принято отмечать то, что внешность собеседника не изменилась (56% от всех комплиментов по поводу возраста в английском общении против 14% в русском общении), в то время как в русском общении в основном употребляются комплименты преуменьшения возраста (53% от общего числа комплиментов по поводу возраста в русской коммуникативной культуре против 44% в английской). В отличие от русского общения, в английской коммуникативной культуре не приняты комплименты, указывающие на то, что собеседник повзрослев, взмужал.

Среди комплиментов, *оценивающих способности и профессионализм* человека, в английском общении наиболее часто встречается комплимент высокому уровню компетентности в работе. В русском общении данный тип комплимента также занимает первое

место в указанной группе, но встречается гораздо реже (28% против 54%). С высокой частотностью в русском общении встречается комплимент кулинарным способностям (15%), в то время как в английском общении употребление данного комплимента составляет всего 2%. Умение петь и умение танцевать отмечается в русском общении гораздо чаще, чем в английском (в русском общении 10% и 8% соответственно, против 7% и 2% в английском коммуникативном поведении). В то же время в английской коммуникативной культуре частотность употребления комплимента музыкальным способностям человека выше, чем в русской (10% у англичан и 7% в русском общении).

Что касается комплиментов *внутренним, моральным качествам человека*, то в русском общении зафиксировано 18 типов подобных комплиментов, а в английском общении – 19 типов. Проведенный анализ показал, что среди комплиментов внутренним, моральным качествам в русском общении первое место занимают комплименты индивидуальности, отличию от других. Они составляют 25% всех комплиментов внутренним качествам человека, в то время как в английском общении вышеупомянутые комплименты составляют всего 6% всех комплиментов внутренним качествам.

В английской коммуникативной культуре наиболее часто употребляется комплимент доброте, отзывчивости человека (20% против 7% в русском общении). На втором месте по частотности употребления в русской коммуникативной культуре стоит комплимент силе характера (17%), в английском же общении данный комплимент употребляется всего в 4% случаев. Комплимент хорошим манерам, занимающий в английском общении второе место по частотности употребления среди комплиментов внутренним качествам, в русском коммуникативном поведении вообще не зафиксирован.

Среди комплиментов, характеризующих внутренние, моральные качества собеседника, в русском общении не зафиксированы комплименты таким качествам как тактичность, мягкость, легкий характер, честность, верность и хорошие манеры. В английском общении не встречаются комплименты терпению, скромности, бескорыстию собеседника.

Таким образом, налицо национальная специфика речевого акта комплимента в исследуемых коммуникативных культурах.

**Национальная специфика языковой объективации
категории «вежливость» в русской и китайской
коммуникативных культурах
(обращение, извинение, утешение)**

Восприятие и интерпретация коммуникативного поведения представителей чужой культуры происходит, как известно, сквозь призму своей собственной.

Всем людям свойственно воспринимать элементы своей культуры как естественные и правильные, а элементы других культур - по крайней мере, как странные. Поэтому в процессе коммуникации представителей разных культур легко возникает непонимание, вплоть до коммуникативного шока (Прохоров, Стернин 2002, с.12). Освоение чужой коммуникативной культуры также связано с большими трудностями. Особенно если контактирующие культуры заметно различаются –например, восточная и западная.

При этом особую значимость приобретает контрастивное изучение национальных особенностей коммуникативного поведения разных народов.

Заметную национальную специфику демонстрирует такая коммуникативная категория как вежливость. Являясь, видимо, универсальной (она представлена в общении всех народов), эта категория демонстрирует существенную национальную специфику в плане своей языковой объективации, в формах, в которых эта категория проявляется в общении. Особенно большой интерес представляет сопоставление языковой объективации категории «вежливость» в русской и китайской лингвокультурах, столь заметно отстоящих друг от друга по многим параметрам.

В данной статье рассматривается национальная специфика коммуникативной объективации категории «вежливость» на примере таких тактик вежливости как *обращение, извинение, утешение*

Обращение

Существует большая разница между тактиками обращения в русской и китайской коммуникативных культурах.

В русском языке - две основные формы обращения к собеседнику: “на ты” и “на вы”. Обращение “на ты” - знак более близких,

сердечных отношений, «на вы» обращаются к незнакомому или малознакомому, а также к старшим по возрасту, даже и знакомым.

В Китае (как и в некоторых других странах Востока) более сложны и дифференцированы формы вежливости, использование которых зависит от социального статуса собеседника, его возраста, пола, уровня культуры и других признаков.

Сопоставительный анализ обращения в русском и китайском языках показывает, что китайцы обычно обращаются к собеседнику по профессии или по должности - *преподаватель, декан, ректор, начальник, адвокат* и т.п. Русским преподавателям бывает непонятно, когда китайский студент обращается к нему не по имени и отчеству, а по профессии – *преподаватель, учитель, декан* и т. д., но эти обращения в китайском языке являются уважительными обращениями. Если в Китае студент обращается к преподавателю или начальнику по имени и фамилии, то это считается крайне невежливо.

В русском речевом этикете обращение по профессии, должности или социальному статусу употребляется очень ограниченно. Такое обращение чаще всего не считается вежливым, а рассматривается скорее как фамильярное. Обращение по имени и отчеству является этикетным и широкоупотребительным (например Сергей Михайлович, Светлана Александровна и т. д.).

В китайском речевом этикете обращения в семье более сложны и дифференцированы. Каждый член семьи имеет своё обращение, которое не совпадает с другими. Например, русскому обращению *дядя* в китайской коммуникативной культуре соответствует 5 обращений: брат матери, старший брат отца, младший брат отца, муж тётки, муж сестры матери. Все они являются этикетными и обязательными обращениями в китайском языке.

В Китае обязательно называть мамой и папой родителей мужа или жены после свадьбы. Для китайцев это норма национального этикета. А в России это принято только в некоторых семьях, особенно в сельской местности.

Обращения к незнакомым людям в русском и китайском языке имеют много общего. Например, обращение «товарищ» было широкоупотребительным как в России, так и в Китае, но в связи с социально-политическими изменениями в России и в Китае эти обращения стали употребляться реже, хотя неэтикетными они не стали. До сих пор они остаются в сфере общения с аудиторией как обращения к собравшимся, а также в армии, указывают на уважительное отношение к людям.

Обращения *господин*, *госпожа* в современном русском и китайском обществе после 90-ых годов активизировались. Но разница между ними тоже очевидна. В Китае в последнее время обращение “господин”- самое популярное и вежливое обращение к незнакомому мужчине. В русском языке, хотя обращение “господин” в современном обществе и активизировалось, но общеупотребительным оно не стало. В русском языке обращение “господин” используют с фамилией, названием должности, а китайский вариант может употребляться как изолированное обращение, вне сочетания с назначением должности.

В китайском языке “дедушка” и “бабушка” являются этикетными иуважительными обращениями не только к родителям отца и матери, но и к незнакомым пожилым людям. В Китае издревле существует традиция уважения к старшим, для китайцев со старостью связаны представления об опыте и мудрости, вот почему в Китае вопрос о возрасте не является секретом, об этом можно спрашивать даже у малознакомой женщины. Возраст—это важный элемент в процессе общения китайцев. В России обращение “бабушка” или “дедушка” к незнакомым людям может быть воспринято неадекватно.

В Китае обращение по фамилии и имени подчеркивает между знакомыми неблизкие отношения (особенно когда имя и фамилия знакомого состоят из 2 иероглифов), а обращение только по имени расценивается как несколько фамильярное (особенно между мужчинами и женщинами). Чтобы избежать сложностей в этом случае, китайцы используют обращения по профессиям и должностям вместо имен, особенно в профессиональной сфере. Вот почему китайские слова «преподаватель», «доктор», «режиссер», «ректор» и т.д. используются как этикетные обращения и на работе и в повседневной жизни, как между малознакомыми, так и между близкими людьми. Например: Доктор Ли, как ты будешь отмечать свой день рождения? Преподаватель Ван, завтра не хочешь покататься на лыжах?

В русском речевом этикете обращение по должности, профессии, социальному статусу употребляется крайне ограничено.

Для общения в рамках китайской коммуникативной культуры при обращении очень важно знать о профессии, должности и социальном статусе собеседника, поскольку эти факторы релевантны для обращения.

Извинение

Сопоставление средств выражения извинения в русской и китайской коммуникативной культурах также выявляет определенные несовпадения, хотя и в значительно меньшей степени, чем обращение.

Так, в целом русские используют извинения чаще, чем китайцы.

Русские извиняются перед друзьями и родственниками, это непреложное правило, а у китайцев извиняться перед близкими друзьями и родственниками не обязательно, а иногда даже неуместно, совсем не нужно.

У китайцев по сравнению с русскими меньше извинений, но больше объяснений своих поступков. При этом при извинении китайцы неизменно стараются делать акцент на объяснении причин какого-либо проступка, которое не всегда интересует иностранных собеседников.

Имея уважительные и объективные причины, человек, полагают китайцы, намного легче достигает понимания и прощения у других.

Китайцы часто говорят: «Понимание – ура!», поэтому в китайской коммуникативной среде очень важно добавить после извинения объяснение причины, в силу которой человек не смог что-то сделать или совершил какие-то ошибки (причем, оба собеседника понимают, что причина может быть выдумана, главное, чтобы она помогла получить прощение у собеседника, поддержать мирные отношения между ними и сохранить лицо собеседника). Здесь важна гармония, а нестистина.

Например, в Китае вы потеряли студенческий билет. Что вы скажете преподавателю? Возможны диалоги двух типов.

Диалог 1.

– Извините, пожалуйста, я потерял студенческий билет, что мне нужно делать?

—Как ты (в Китае преподаватель обращается к студентам только на «ты») смог его потерять? Какой ты несерьезный и невнимательный! Пиши заявление, потом подойдешь ко мне.

Диалог 2.

– Преподаватель (вежливое обращение к преподавателю в Китае), вчера мой кошелек украли в транспорте, в нем, кроме денег, был еще и мой студенческий билет, поэтому мне придется оформлять новый.

—Будь осторожен, больше не теряй. Пиши заявление и получишь через неделю.

В первом диалоге извинение без объяснения причин вызывает у китайского преподавателя недовольство, он думает, что студент

несерьезно относится к делу. А во втором диалоге, благодаря объяснению причины, этот студент получил сочувствие и прощение у преподавателя, который чувствует уважение к деловитости студента.

Утешение

Вежливость утешения в русской и китайской коммуникативных культурах демонстрирует существенные национально-культурные различия.

Для русской коммуникативной культуры характерна тактика преуменьшения беды, неприятности. Например: *Это еще не конец света. Так уж жизнь устроена. Ты еще настоящего горя не видел. Бывает хуже. Не велика беда. Это еще полбеды. Нашел с чего горевать. Не так страшен черт, как его малюют. Ничего страшного не произошло. Не преувеличивай...*

Другая русская тактика - забвение несчастья: *Жизнь продолжается. Все идет своим чередом. Время залечит раны. Забудешь и думать. До свадьбы заживет.*

Еще одна тактика - призыв к смирению, примирению со случившимся, призыв к терпению: *Такая уж судьба. Ничего не поделаешь. Потерпи немножко. Ничего не изменишь. Что написано на роду, то и будет. Бог тепел и нам велел. Наказание за грехи. Грехи наши тяжкие. Кого Бог любит, того и наказывает.*

Иногда используется рекомендация дать волю чувствам: *Чего ты как каменная? Не держи слез-то. Ничего – поплачь, поплачь. Пореви в голос – легче станет.*

Используется также совет не поддаваться отчаянию и печали: *Не горюй. Не стоит так надрываться. Не плачь. Слезами горю не поможешь. Не падай духом. Ну, что нос повесил. Ну, улыбнись...*

Часто используется русским тактика переключения внимания на будущее: *Все еще наладится. Счастье еще улыбнется. Жизнь-то в полоску: не без праздников. Выглянет и солнышко. Завтра будет новый день. Будет и на нашей улице праздник. На Бога уповай. Господь тебя не оставит.*

В пример ставится чужой жизненный опыт: *С кем не бывает. Ты не первый, не ты и последний. С каждым может случиться.*

Завершение ситуации обычно связывается с уверением, что беда даже на пользу: *Это тебе впредь наука. Теперь будешь знать друзей. На ошибках учимся. Умнее стал. За одного битого двух небитых дают и т.д.*

Тактики утешения в китайской коммуникативной культуре отличаются от русских.

При утешении китайцы часто говорят так: «Принимай, думай, решай, забывай!» В китайском языке существуют многочисленные этикетные формулы, соответствующие различным тактикам утешения.

Сочувствие и попытка успокоить собеседника

Перевод на русский язык	Ситуация употребления
Не переживай (те)	Это наиболее распространенная и общепринятая формула утешения. Лишена эмоциональности и употребляется без ограничений.
Не беспокойтесь(ся)	То же самое
Ничего страшного, пустяки	Употребляется большей частью в неофициальном общении, когда социальный статус говорящего не ниже статуса слушающего
Это бывает, с кем не бывает	Лишены эмоциональности. Особенно употребительны в письменной речи.
Выражаю глубокое сожаление	Употребляется большей частью людьми с высоким образовательным цензом.

Мне так жаль	Эмоциональное утешение, носит разговорный характер
Какие пустяки	Употребляется большей частью в неофициальном общении, когда социальный статус говорящего не ниже статуса слушающего

Желание оправдывать собеседника

Перевод на русский язык	Ситуация употребления
Причем здесь ты	Носит нейтрально-вежливый характер, общепринятая формула утешения
Это не ты виноват	То же самое
Обязательный случай в жизни (судьба такая)	Более эмоционально, употребляется большей частью в неофициальном общении

Желание переместить внимание собеседника на иную тему

Перевод на русский язык	Ситуация употребления
Не принимай близко к душе (сердцу)	Употребляется в неофициальном дружеском общении. Разговорный стиль

Забудь(те), пожалуйста	Несет эмоциональную нагрузку. Чаще употребляется в письменной речи
Не думай о неприятном	Употребительная формула утешения. Носит нейтрально-вежливый характер

Желание дать собеседнику надежду

Перевод на русский язык	Ситуация употребления
Завтра будет лучше	Употребляется большей частью людьми младшего возраста. Говорящий подчеркивает важность оптимизма.
Где долго мучаешься – тут и получишь	Употребительная формула утешения, говорящий верит в справедливость судьбы
Радость к тебе еще вернется	Говорящий обнаруживает активное желание обрадовать собеседника
Все будет хорошо	То же самое

Желание помочь собеседнику найти баланс в душе

Перевод на русский язык	Ситуация употребления
Умнее стал	Употребляют люди старшего поколения для

	успокаивания и воспитания младших. Употребительное выражение утешения
Все нормально	Не несет эмоциональной нагрузки. Употребляется большей частью взрослыми людьми.

При утешении китайцы часто используют устойчивые выражения (пословицы, поговорки и т.д.), которые существовали в китайском языке в течение многих веков и отражают китайский менталитет. Возьмем, к примеру, следующие активные выражения утешения: *В жизни всегда существуют многие неудачники. Жизнь у тебя хуже кого-то, но и лучше кого-то. Без зимы не узнаешь крепость сосны. Конец и есть начало нового. Перед восходом солнца всегда темнее. Когда чувствуешь стыд, уже ближе к смелости. Удача всегда требует чего-либо. Без дождя не увидишь радуги. Разрешите другому быть другим. Бог любит смелого и упорного человека. Настоящее золото огня не боится. Трудности увеличивают важность дела. Никогда в жизни не бывает такой ситуации, когда некуда идти.*

Эти выражения употребляются большей частью без ограничений адресата, они в любом случае помогают успокоить, утешить собеседника.

Если сопоставить выражение вежливости через обращение, благодарность и утешение в русской и китайской коммуникативных культурах, то, как следует из нашего материала, наибольшую национальную специфику сравниваемые лингвокультурные общности демонстрируют в сфере обращения, несколько менее яркую – в сфере утешения и наименее яркую – в сфере благодарности, хотя отчетливая национальная специфика проявляется во всех трех коммуникативных сферах.

Коммуникативная культура Китая опирается на конфуцианские и даосские этические принципы, согласно которым мудрый человек должен быть уравновешенным, должен сдерживать проявление эмоций, знать свое место, не выставлять свои достоинства на показ. Эти этические принципы и по сей день играют значительную роль в жизни китайцев. В общении между собой китайцы стараются не

обидеть собеседника, избегают категоричности в речи, пространно объясняют причины своих поступков.

Национальная специфика коммуникативного поведения народов – несомненный факт, требующий развернутого и углубленного изучения. Если в ответ на замечание китайский студент улыбнется – значит, он не хочет показывать свое огорчение, и его надо правильно понять. Если русская женщина обижается, если ее спрашивают о возрасте – ее тоже надо правильно понять. Исследование национальной специфики коммуникативных культур контактирующих между собой народов – залог успеха межкультурной коммуникации.

Астафурова Т.И. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально значимых ситуациях межкультурного общения (лингвистические и дилактические аспекты). Автореф. докт. дисс.... пед. наук. М., 1997.

Белянко О.Е., Трушнина Л.Б. Русские с первого взгляда. Что принято и что не принято у русских. М., 1994.

Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Концепция речеповеденческих тактик: в поисках новых путей развития лингвострановедения. М., 1999.

Выюнов Ю.А. Слово о русских (характерный склад мышления и духовные ценности народа в историческом контексте), М., изд-во «ИКАР», 2002.

Гудков Д.Б. Межкультурная коммуникация. Лекционный курс для студентов РКИ. М., 2000.

Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русское коммуникативное поведение. М., 2002.

Рыжова Л.П. Обращение как компонент коммуникативного акта. Дисс. ...канд. филол. наук. Калинин, 1982

Стернин И.А. (ред.) Русское и китайское коммуникативное поведение. Вып.1.Воронеж, 2002

Формановская Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М., 1998

Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М., 1989

Формановская Н.И. Употребление русского речевого этикета. М., 1984

Янко Т.Е. Коммуникативные стратегии русской речи. М., 2001

Категория вежливости в русском и китайском общении

Категория вежливости играет большую роль в русском и китайском коммуникативном поведении. Она выражается в языке в наличие особых форм речевого этикета. Представляет большой интерес сопоставление русских и китайских форм выражения благодарности, так как это позволяют выявить национальную специфику реализации категорий вежливости в русской и китайской коммуникативных культурах.

Многим русским формам вежливости соответствует несколько китайских, которые различаются обычно несколькими семантическими или функционально-стилистическими признаками. Покажем это на примерах, указав семные отличия китайских формул от русских.

Например, русскому *Нет слов, чтобы выразить вам мою благодарность!*(книжное) в китайском речевом этикете соответствует три формулы:

1. мы-йо-цуо-гао-д-юй-ян-лай-бйо-да-дуи-нин-г-ган-ще!
(книжное, усилительное);
2. чжао-пу-цу-гын-хаог-д-юй-ян-лай-ган-ще-нин! (усилительное, повышенная сердечность, книжность);
3. мы-йо-жен-х-юй-ян-лай-бйо-да-дуи-нин-д-ще-нин
(усилительное, сердечность, официальное)

Русскому *Вы меня выручили!* (разговорное) соответствуют:

1. нин-чяо-л-о-хен-до! - эквивалент;
2. нин-гый-о-д-тай-до-л! (официальное, усилительное);
3. о-шao-хо-хен-да! (книжное, усилительное);
4. щ-цщ-нин-на-д-до-хен-до! (разговорное, усилительное).

Русскому *Вы очень любезны!* (книжное, официальное) соответствуют:

1. жан-нин-фей-щин-л! (разговорное);
2. ло-нин-да-тя-л! (разговорное);
3. нин-до-цао-щин-л! (разговорное);
4. нин-тай-хао-л! (книжное, усилительное).

Таким образом, в китайском коммуникативном поведении наблюдается тенденция выражать благодарность более разнообразными средствами, дифференцированными преимущественно по стилистическим компонентам или содержащими

в отличие от русских форм компонент «усилительность». Категория коммуникативной вежливости в китайском языке, таким образом, является в языковом плане более дифференциированной, чем в русском.

А.В. Рудакова

В чём специфика «азиатской» вежливости?

Современное русское общество претерпевает значительные трудности в области культуры речи, и поэтому обращение к категории вежливости многими учеными не случайно. Исследования показывают, что категория вежливости в русском языке, как и во многих других европейских языках, в основном выражена стилистическими и лексическими средствами языка. В русском языке существуют формы вежливости, которым с детства обучают каждого человека: «спасибо», «здравствуйте», «извините» и др.

Задача нашего исследования – определить специфику категории вежливости в японском языке в сравнении с ее вербализацией в русском языке.

Одной из особенностей японского языка, которая привлекает внимание многих исследователей, является существование в нем так называемых форм вежливости (В.М. Алпатов, Е.Л. Наврон-Войтинская, С.В. Неверов, Н.И. Фельдман, А.А. Холодович и др.). Значение форм вежливости оценивается по-разному. Однако большинство ученых считает, что они передают общественные отношения между говорящим, слушающим и другими лицами, о которых идет речь. Существенная особенность японского языка состоит в том, что одно и то же содержание выражается по-разному в зависимости от общественных (социальных) отношений между людьми.

Общественные отношения между людьми находят свое отражение в любом языке, но происходит это по-разному. Например, в европейских языках такие отношения между людьми передаются в основном лексически и лишь косвенно грамматически. Например, в русском языке грамматическим показателем может выступать употребление местоимений множественного числа в значении единственного, противопоставление ТЫ-ВЫ, использование местоимения МЫ в значении Я. Иногда встречается употребление 3-го лица – в значении 2-го и соответствующее согласование в связи с этим. В японском же языке подобные отношения выражаются не только лексически и стилистически, но и грамматически.

Грамматическое выражение общественных отношений встречается не только в японском языке. Оно свойственно для корейского языка, некоторых языков Океании.

Общественные отношения между людьми выражаются в японском языке на различных уровнях. В первую очередь необходимо разграничить грамматическое и неграмматическое (лексическое) их выражение.

С лексической точки зрения категория вежливости представлена сложной системой японских личных местоимений, противопоставлением указательных местоимений, отдельными уникальными противопоставлениями слов (типа *куу – табэру* с общим значением «есть», причем первая форма – «грубая», вторая – нейтральная).

Однако спецификой японского языка является то, что в нем грамматически последовательно выражена категория вежливости. В.М. Алпатов в своей работе «Категории вежливости в современном японском языке» вводит понятие о двух грамматических категориях – **категории адрессива и категории гоноратива**. Категория адрессива выражает отношение говорящего к собеседнику и вербализуется в языке адрессивными и неадрессивными формами. Категория гоноратива выражает отношение говорящего к лицу, о котором идет речь в предложении. Она репрезентируется в языке тремя группами форм: гоноративными («почтительными»), нейтральными и дисрециативными («скромными») формами.

Категории адрессива и гоноратива относятся к числу категорий, отражающих субъективное отношение говорящего к действительности.

Каждая категория имеет свои дифференциальные признаки.

Для выражения категориального значения необходимо какое-то определенное лицо: собеседник – для адрессива (признак «наличие собеседника – отсутствие собеседника») и лицо, о котором говорится, – для гоноратива (признак «наличие лица, о котором говорится – отсутствие лица, о котором говорится»). Однако не всегда речь идет о лицах и не всегда обращаются к определенному собеседнику. В случаях подобного рода происходит нейтрализация противопоставления форм в японском языке.

Все исследователи японского языка, описывающие формы вежливости, вводят дифференциальные признаки «высший», «равный» и «низший» и указывают, что по отношению к высшим используются более вежливые формы, чем по отношению к равным, а по отношению к равным – более вежливые, чем по отношению к низшим.

Отношение «высший – равный – низший» входит в состав дифференциальных признаков как адрессива, так и гоноратива. Для категории адрессива эти признаки указывают на отношение говорящего к собеседнику, для гоноратива – к лицу, о котором идет речь.

При оценке говорящим того или иного лица как высшего, равного или низшего, прежде всего, играют роль отношения лиц в зависимости от их социального положения. В этом случае отражается не реальная классовая структура общества, а традиционные представления о ней в сознании говорящих, которые могут быть и искаженными. При определении социального статуса учитывается не только социальное положение. Противопоставление «высший – равный – низший» связано и с возрастными различиями. Старшие считаются высшими, младшие – низшими. На определение высшего и низшего влияет и половой признак. Мужчина рассматривается обычно как высший по отношению к женщине. Положение женщины как низшего по сравнению с мужчиной связано с большим количеством факторов: неравноправие женщины в обществе; существующая традиция, по которой женщины должны разговаривать подчеркнуто вежливо (это считается атрибутом «женственности»).

Существуют и другие причины, определяющие отношения тех или иных людей как отношения высшего и низшего. Это причины психологического характера. Отмечается, что в случае просьбы, одолжения между участниками создаются отношения неравенства. С этим связано частое использование вежливых форм в сфере обслуживания вне зависимости от социального положения и возраста покупателя, клиента.

Если различия по каким-либо параметрам вступают в противоречие между собой, то главную роль играет то, что воспринимается как более значимое. Например, при обращении сына к матери мать рассматривается как лицо высшее, тем самым возраст оказывается более значимым, чем пол.

Признаки «высший», «равный», «низший» не являются единственными, определяющими отношение к тому или иному лицу. Так, в отношении разных лиц одного и того же социального положения и возраста – друзей и незнакомых людей – применяются различные формы вежливости; в отношении знакомых и друзей – менее вежливые. Таким образом, исследователи выделяют еще один дифференциальный признак «свой – чужой», который также указывает на отношение говорящего к собеседнику (для адрессива) и к лицу, о котором идет речь (для гоноратива).

На уровне интерпретации это противопоставление связано с тем, принадлежит ли данное лицо к той же общности людей, что и говорящий. Как свой может рассматриваться член семьи, друг, сослуживец и т.д. На рассмотрение лица как своего или чужого может влиять участие в ситуации других лиц. Например, если братья говорят об отце, он будет «чужим», так как он стоит дальше от говорящего, чем собеседник, но в разговоре с посторонним отец – «свой».

Рассмотрим грамматическое выражение категории адрессива. В современном японском языке существует противопоставление адрессивных форм и неадрессивных форм. К адрессивным формам относятся одна синтетическая форма с суффиксом *-mas-*, к неадрессивным – формы с нулевым суффиксом (для глагола).

Формам с *-mas-* соответствует связка *дэсу*, формам с нулевым суффиксом – связка *да* и *дэ ару*. Наряду с *дэсу* употребляются формы *дэ аrimасу* и *дэ годзаймасу*, которые считаются более вежливыми по сравнению с *дэсу*. В этом случае, вероятно, вступает в силу закон повышения эффективности общения в зависимости от увеличения объема затраченных коммуникативных усилий. Интерес вызывает и тот факт, что форма *дэ аrimасу* чаще всего используется в речи военных, в официальном обращении (публичная речь, радиопередачи). Форма *дэ годзаймасу* используется при очень вежливом общении, главным образом женщинами и работниками сферы обслуживания. От любого глагола обычно образуются адрессивные и неадрессивные формы. Для предикативных прилагательных характерны аналитические формы: для образования адрессивной формы к прилагательному присоединяется связка *дэсу* или *годзаймасу* (например, от *такай* «высокий» образуется *такай дэсу*).

Нормативным считается использование адрессивных форм в разговоре с лицами, рассматриваемыми как высшие (с людьми более высокого социального положения, со старшими, с мужьями, иногда со старшими братьями и т.д.). Нормативными считается и употребление адрессивных форм в разговоре с людьми, рассматриваемыми как равные или чужие. К малознакомому или незнакомому человеку примерно равного социального положения и возраста, а также к лицу, о котором ничего неизвестно, принято обращаться, используя формы с *-mas-*.

В то же время по отношению к лицам, рассматриваемым как равные и свои (близкие друзья, иногда братья и сестры) или как низшие и свои (жена, дети, своя прислуга, иногда младшие братья и сестры, подчиненные), употребляются, как правило, неадрессивные формы.

Труднее всего установить правила употребления форм в речи по отношению к лицам, которые могут рассматриваться как низшие и чужие (при обращении к лицам более низкого социального положения; непосредственно не подчиненным; при обращении мужчин к мало знакомым женщинам; при обращении к малознакомым младшим по возрасту; при обращении клиентов к обслуживающему персоналу и т.д.). В этом случае встречаются как агрессивные, так и неагрессивные формы. Здесь вступают в противоречие две тенденции, требующие соответственно употребления агрессивных форм по отношению к чужим и неагрессивных – по отношению к низшим. Форма выбирается в зависимости от того, какой из признаков считается более важным.

Таким образом, агрессивные формы связаны с наборами дифференциальных признаков: «высший – свой», «высший – чужой», «равный – чужой»; неагрессивные формы с наборами признаков: «равный – свой», «низший – свой»; с наборами признаков «низший – чужой» могут быть связаны и те и другие в зависимости от того, какой из признаков оказывается важным.

При проведении опроса (опрос проведен В.М. Алпатовым – Алпатов 1973) большинство информантов указывали, что в разговоре служащего с клиентом необходимо использовать агрессивные формы. Также большая часть информантов считала, что взрослому мужчине в разговоре с ребенком следует употреблять неагрессивные формы, однако подобная ситуация для взрослой женщины вызвала затруднения. Это связано с традиционными представлениями о том, что для женщины в любом случае обязательна вежливость. Большой процент информантов высказался за использование форм с *-mas-* при обращении учителя к ученику. Формы с *-mas-* нужно использовать и при общении с незнакомым младшим.

Различие устной и письменной японской речи проявляется и в использовании категории агрессива. Устная форма обычно предполагает наличие конкретного собеседника. Поэтому в зависимости от ситуации происходит употребление форм агрессивных или неагрессивных. В письменной речи отмечаются некоторые особенности. Например, в письмах степень вежливости обычно несколько выше, чем в устной речи (в художественном произведении герой в разговоре с невестой использует неагрессивные формы, в письмах же к ней прибегает к агрессивным формам). В случае же, когда пишущий не связан с определенным собеседником (научная литература, газетная информация, авторский текст художественного произведения), обычно употребляются неагрессивные формы.

Возывает интерес и то, какие формы используются в публичных выступлениях (ТВ, радио и т.д.), рекламных текстах. Исследование, проведенное В.М. Алпатовым, показывает, что в этом случае появляется тенденция к набору признаков «равный – чужой», «высший – чужой», кроме того, выделяется признак «наличие условно конкретного собеседника» (используются агрессивные формы). В русской рекламе не всегда используются вежливые формы, а иногда даже нарочито грубые, жаргонные или просторечные для создания ситуации навязывания и давления на собеседника. В японском языке это просто недопустимо.

Обратимся к категории гоноратива. Для данной категории важно, чьи действия оцениваются говорящим. Если речь идет о действиях говорящего, то используются депрециативные («скромные») формы, в случае обсуждения действий уважаемого с точки зрения говорящего лица, по отношению к которым нужно выразить почтение или вежливость, – гоноративные («почтительные») формы.

Гоноративные формы никогда не употребляются в речи о своих (свои равные или свои низшие). Пример этого – невозможность в литературном языке употребления гоноративных форм в речи о себе, какое бы высокое положение не занимал бы говорящий (в русском языке тоже есть подобные употребления – невозможность образовать некоторые формы от глаголов «победить» 1 лица единственного числа и др.). Не всегда гоноративные формы используются и по отношению к высшим своим. Например, когда говорят о членах семьи в разговоре с посторонним, о сослуживце в разговоре с человеком, не работающим вместе с говорящим.

Значительно чаще гоноративные формы используются, когда говорят о лицах, рассматриваемых как чужие.

Все перечисленное относится, прежде всего, к устной речи и к некоторым видам письменной.

Единственный случай, когда употребление гоноративных форм – норма в любом тексте, это традиционное их использование в речи об императоре и членах его семьи. Такая традиция поддерживается правящими кругами Японии.

В России речь о монархе или первом лице государства подчас не отличается вежливостью форм, законодательно или традиционно не закреплено; современная тенденция – европейское обращение по имени к президенту страны – разрушает традицию русского речевого этикета, заключающуюся в подчеркнутом вежливом, учтивом обращении к старшему.

В японском же языке до войны в речи об императорской семье использовались специальные слова и грамматические формы, которые выражали чрезвычайную почтительность, не применялись в других случаях и брались, как правило, из старописьменного языка (бунго). Сейчас пользуются обычными гоноративными формами – чаще всего синтетической формой с суффиксом *-рэ/-рарэ-*.

Интерес представляет и тот факт, что гоноративные формы не применяются по отношению к иностранным монархам, ни по отношению к членам правительства и другим высокопоставленным лицам.

Иногда гоноративные формы используются, когда речь идет об авторитетных ученых.

В современном японском языке существуют следующие гоноративные формы глагола: одна синтетическая, характеризуемая суффиксом *-рэ/-рарэ-*, и несколько аналитических, образуемых присоединением к отглагольному имени префикса *-о* и добавления показателя *-ни* и вспомогательного глагола (*нару, насару, асобасу*) и др. Самой распространенной гоноративной формой современного японского языка является форма по модели «*о- ...ни нару*». На частотность употребления данной формы повлияло то, что она признана наиболее желательной в правилах под названием «Корэкароно кэйго» («Формы вежливости отныне»), принятых японским министерством просвещения в качестве норм для школьного образования (1959).

Синтетическая форма с суффиксом *-рэ/-рарэ-* считается более официальной, чем аналитическая гоноративная форма.

Бывают случаи, когда гоноративное значение выражается непосредственно в корне глагола (ср. в русском языке глагол «кушать» является обязательным по отношению к другим, кроме говорящего, по отношению к которому используется глагол «есть»).

Важная особенность депрециативных («скромных») форм – их употребление только в тех случаях, когда речь идет о собственных действиях или о действиях лица, являющегося своим для говорящего. Встречаются депрециативные формы и в речи о высших своих. Нормой считается употребление «скромных» форм в отношении низших чужих, низших своих или равных своих.

Все депрециативные формы аналитические. Среди них прежде всего называют формы, образованные путем присоединения к отглагольному имени префикса *-о* и вспомогательного глагола *сурү, имасу, мо:су* или *мо:сиагэрү* и другие способы. Из всех типов форм наиболее распространен тип «*о- ...сурү*». Формы типа «*о- ...имасу*»

считаются более вежливыми, чем предыдущий тип, и имеют официальный оттенок. Депрециативное значение может быть выражено и в самом корне глагола.

В современном японском языке выявлена тенденция к изменению системы категории гоноратива. Речь идет о смешении гоноративных («почтительных») и депрециативных («скромных») форм. Чаще всего депрециативные формы используются в значении гоноративных. Существует даже точка зрения, согласно которой депрециативные формы начинают переходить в разряд так называемых форм «приукрашивания», повышающих общую вежливость речи независимо от того, с кем и о чем говорят. Причины подобных смешений находят в изменении социальных отношений в послевоенные годы, когда были устранины остатки феодальной сословности, что привело к упрощению форм вежливости, причем депрециативные формы, как наиболее сложные по своему значению, утрачивают его в первую очередь. Тенденция к изменению системы пока проявляется только вне литературного языка.

Следует сказать несколько слов о «грубых» формах в японском языке. Многие исследователи исключают их из системы форм вежливости. Данная группа форм образуется аналитически: «вторая основа глагола + -ягару». «Грубые» формы не связаны с передачей социальных отношений, а показывают неуважительное отношение говорящего к лицу, о котором идет речь, независимо от того, высшее оно или низшее, свое или чужое. В русском языке «грубо» значение грамматически не выражается.

Грамматическое выражение общественных отношений между людьми присуще не только глагольным формам, но и другим частям речи. Для этого используются некоторые префиксы и суффиксы.

Наиболее продуктивным префиксом считается префикс *о-*, который может присоединяться ко всем знаменательным частям речи, кроме глагола. Данный префикс придает слову «более вежливый, учтивый характер». Он используется в нескольких случаях: 1) употребление слов с *о-* для обозначения предметов или качеств, связанных с лицом, о котором идет речь (гоноративное значение); 2) использование префикса *о-* по отношению к названиям действий говорящего лица или лица своего для говорящего (депрециативное значение); 3) использование *о-* в женской речи (вне зависимости кто, с кем и о чем говорит). К менее продуктивным относятся префиксы *он-* (характерен для парламентской, высокопарной речи), *гё-* (в основном в речи об императоре), *оми-* (сугубо женский префикс), *ми-* (устаревший, используется при словах, имеющих отношению к богу), выделяют

специальные эпистолярные префиксы (соответствуют русским единицам «*ваши* ...», «*ваши покорный слуга*»).

В отличие от префиксов суффиксы вежливости имеют более узкую сферу употребления: они присоединяются только к существительным, обозначающим лицо. Значение данных суффиксов заключается в передаче говорящим своего отношения к лицу, обозначенному словом, к которому присоединяется суффикс (входят в систему гоноратива).

Наиболее распространенным в современном японском языке является суффикс *-сан*, который имеет гендерные различия в употреблении (*Соэда-сан*, *Ивамото-сан* и др.). Он используется мужчинами при обращении или рассказе о лицах высших чужих, равных чужих, иногда высших своих, женщинами – во всех словах, называющих лиц.

Суффикс *-сама* считается более вежливым, чем *-сан*. В письменной речи по отношению к высшим используется суффикс *-доно* (в устной речи не встречается, относится к сфере официальной переписки).

Встречаются и другие показатели вежливости в японском языке.

Итак, «азиатская» вежливость имеет яркую специфику. Формы вежливости – важная составляющая строя японского языка. Хотя и в других языках категория вежливости вербализована, в японском языке она репрезентируется не только лексическими и стилистическими средствами, но и грамматическими способами (использование специальных показателей, суффиксов и префиксов, употребление специальных моделей глагола и др.). В русском языке подобных показателей вежливости не существует.

Репрезентированность категории вежливости грамматическими средствами дает японскому языку возможность быть уверенными в достаточно медленном ее разрушении, так как изменению быстрее всего подвержены лексический и стилистический составляющие языка, морфологический строй является более устойчивым к социальным изменениям.

Спецификой русской категории вежливости является то, что для русского человека более важным является то, с кем в данный момент человек говорит. Если это уважаемый с точки зрения говорящего собеседник (или есть необходимость показать вежливость по отношению к собеседнику), то о чём бы или о ком бы он не говорил, вся речь должна быть вежливой и грамматически правильной. Когда же речь идет об отсутствующем лице, то жестких требований к степени вежливости для русского человека не существует (о «высших» – президенте, политиках, писателях, начальнике, родителях и др. – не

принято говорить в особо уважительном тоне, иногда даже встречается пренебрежительное или снисходительное отношение, что невозможно в данном случае в японском языке). Все зависит от внутренней культуры говорящего. Следовательно, для категории вежливости в русском языке в сравнении с японским языком более характерны отношения, выраженные категорией адрессива и менее категорией гоноратива.

Кроме того, если в японском языке категории вежливости «охраняются» государством и являются обязательными для всех (особенно жесткие требования для женщин), то в русском языке категория вежливости находится на стадии вторичного формирования (после разрушения гражданского этикета в советское время). Активно развивается бизнес-этикет под воздействием европейских контактов: этикет сферы обслуживания, правила ведения переговоров, заключения сделок и др. В настоящее время категория вежливости носит характер не обязательности, а предпочтительности, желательности, традиционности. На первом месте в современном обществе находится «категория грубости» (силы, власти), а не категория вежливости.

Интерес вызывает и то, что в русском общении при определении степени вежливости выделяются те же дифференциальные признаки, что и в японском языке (высший, низший, равный, чужой, свой и др.). Отличие проявляется в том, что если в японском языке к высшему по гендерному критерию относится мужчина, то в русском общении женщина считается «высшим» (с этим связаны правила общения – при женщинах грубо не выражаться, строить речь более грамотно и красиво), хотя требования к женской речи в русском коммуникативном общении остаются такими же жесткими, как и в японском языке (особенно плохо, если грубые выражения использует русская женщина).

Дифференциальные признаки «чужой – свой» также важны для русского диалога. Этикет требует особой вежливости по отношению к любому «чужому» собеседнику, при общении со «своим» выбор форм вежливости зависит от воспитания говорящего и традиций общества (отсюда менее вежливые формы с близкими и друзьями, что расценивается русскими как сердечность, простота и близость в общении, «без церемоний»). При этом может наблюдаться фамильярность. В этом японское и русское общение совпадают.

Дифференциальные признаки «высший – низший», характеризующиеся по возрастному критерию, также отмечаются в русском языке, однако при общении с младшим традиционно принято

использовать местоимение ТЫ, с любым же взрослым (старшим или ровесникам) – ВЫ.

Таковы некоторые особенности японской и русской категории вежливости.

Алпатов В.М. Категории вежливости в современном японском языке. М.: Наука. 1973.

Содержание

О проекте «Коммуникативное поведение»	с.3
Вежливость как предмет лингвистического изучения	
Ларина Т.В. Вежливость как предмет научного исследования	с.10
Стернин И.А. Проблемы описания вежливости как коммуникативной категории	с.22
«Вежливость» как компонент коммуникативного сознания	
Ларина Т.В. Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория	с.48
Зацепина Е.А. К изучению концепта <i>вежливость</i>	с.57
Романова И.А. Концепт «вежливость» и его объективация в русском языке	с.61
Шевченко М.Ю. <i>Культурный и вежливый</i> : сходство и различия	с.63
Зацепина Е.А. Гендерные особенности концептов <i>вежливость</i> , <i>грубоść</i> в русском сознании	с.65
Формирование категории вежливости в коммуникативном сознании	
Журавлева Н.В. «Дистанция вежливости» в допетровской России	с.70
Чернышова Е.Б. Вежливость в коммуникативном поведении шестилетних детей	с.74
Лемяскина Н.А. Категория <i>вежливость</i> в коммуникативном сознании младших школьников и ее проявление в общении с окружающими	с.94
Пастухова Е.Э. Понятие «вежливость» как коммуникативная категория в сознании младшего подростка	с.102
Воронова Е. Категория вежливость в сознании старшеклассников	с.106
Грищук Е.И. Лексема вежливость в языковом сознании старшеклассников	с.108

Коммуникативная категория «вежливость»
в межкультурном аспекте

Ларина Т.В. Коммуникативная категория вежливости: межкультурный аспект	c.116
Серебрякова Р.В. Комplимент как форма выражения вежливости в русском и английском коммуникативном поведении	c.133
Сюй Сяо Бо, И.П.Лысакова. Национальная специфика языковой объективации категории «вежливость» в русской и китайской коммуникативных культурах	c.149
Лю Вэй Цзинь. Категория вежливости в русском и китайском общении (выражение благодарности)	c.158
Рудакова А.В. В чем специфика «азиатской» вежливости?	c.160
Содержание	c.171