

УДК 81'27

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРИНЦИП ВЕЖЛИВОСТИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ

Дорда С.В.

Украинская академия банковского дела НБУ, г. Сумы

В статье рассматривается коммуникативный принцип вежливости как один из аспектов культуры, отраженных в речевом поведении носителей языка. Центральным понятием принципа вежливости является "публичный образ". Рассматриваются системы положительной и отрицательной вежливости.

Ключевые слова: *вежливость, социокультурный аспект, "публичный образ", положительная вежливость, отрицательная вежливость*

В конце XX века в языкознании утвердилась концепция, в соответствии с которой вербальная коммуникация – это не просто способ передачи информации, но также важнейший способ установления, поддержания или прекращения отношений с другими людьми [11; 15; 22]. Нормы и традиции межличностной коммуникации – неотъемлемая часть этнокультуры.

Постановка проблемы. В трактовке понятия "культура" существуют значительные различия. Выделяются два основных смысла этого понятия: культура как "высокая" культура и культура как антропологическая культура. Первое значение связывается с интеллектуальными и художественными достижениями этноса. В антропологическом смысле говорят главным образом о так называемой "поведенческой культуре" (behavioral culture – [6; 10]), т.е. о культуре как об этноспецифических нормах, обычаях, коммуникативных стереотипах и других явлениях, отличающих данную лингвокультурную общность от других. Иначе говоря, поведенческая культура в антропологическом смысле охватывает любой аспект общения или поведения этноса, который придает ему национально-культурное своеобразие и внутреннее чувство сплоченности [18, с. 126].

Взаимосвязь культуры, общества и речевой деятельности его членов неоднократно отмечалась исследователями [1; 2; 4; 14; 16; 17 и др.], подчеркивавшими, что лингвистическая теория не может ограничиваться только лишь изучением лингвистического кода и игнорировать особенности общего социального поведения его носителей. Все это говорит об *актуальности* данного исследования. *Целью* данной статьи является рассмотрение коммуникативного принципа вежливости в социокультурном аспекте.

Глубокий смысл имеет вежливость, с помощью которой мы подчеркиваем взаимный интерес [3, с. 33]. Правила вежливости, которые регулируют речевую деятельность, являются одним из аспектов культуры, отраженных в речевом поведении носителей языка. Согласно теории Браун и Левинсона [5, с. 1], значение феномена вежливости заключается в том, что "он является основанием социальной жизни человека и его взаимодействия с другими людьми".

Центральным понятием принципа вежливости, сформулированного в теории Браун и Левинсона [5], является так называемый "публичный образ", или "лицо" (face as a public self-image) говорящего. Существуют два основных желания, связанных с самоуважением (сохранением лица): желание не испытывать помех в своих действиях (потребности отрицательного лица) и желание получить одобрение (потребности положительного лица). Соответственно, авторы разграничивают стратегии отрицательной и положительной вежливости. Некоторые ученые предпочитают употреблять более нейтральные и более описательные термины "общность" и "независимость" вместо терминов "положительная" и "отрицательная вежливость" для того, чтобы избежать ценностных суждений [20, с. 15].

Так как вербальное поведение – это культурно-детерминированная деятельность [15, с. 217], а логика диалога этноцентрична [23, с. 175], то ключ к пониманию принципов вежливости, присущих той или иной этнокультуре, следует искать в контрастивном изучении конкретных этнокультурных особенностей речевого поведения носителей соответствующих языков.

По мнению ряда исследователей [13; 23], восточно-европейские народы, в частности славяне, менее вежливы, чем, например, англичане. В то же время отмечается, что китайцы и японцы очень вежливы по сравнению с европейцами [13, с. 84]. Томас [21, с. 97] приводит "обидные" стереотипы, характеризующие, по его наблюдениям, "агрессивных русских", "подобострастных, раблепных индусов и японцев", "неискренних американцев", "высокомерных британцев".

Такие взгляды, очевидно, основываются на нормах поведения как вербального, так и невербального, которые не всегда совпадают в различных лингвокультурах. Эти нормы, однако, складываются в каждом конкретном социуме исторически, имеют для его членов особую значимость, их соблюдение выступает критерием ума и социальной цельности индивида.

Р. Лакофф [12, с. 65] считает, что понятие "быть вежливым" включает три принципа:

1. Формальность – будь сдержанным.
2. Уважение – предоставляй собеседнику выбор.
3. Дружелюбие – проявляй сочувствие, понимание.

Дж. Лич, однако, убежден, что вежливость – это более широкое и сложное понятие, чем просто сумма сформулированных Р. Лакофф предписаний, поэтому предлагает также различать "абсолютную" и "относительную" вежливость [13, с. 83]. Первая является, по мнению автора, универсальной и включает образцы поведения, признаваемые вежливыми в любом человеческом сообществе: например, приветствия, приглашения, ритуалы совместного принятия пищи (угощения), прощания, выражение дружелюбия посредством улыбки и т.п. Относительную вежливость можно рассматривать как шкалу с положительным и отрицательным полюсами, на которой некоторые речевые акты квалифицируются как "определенно вежливые" (intrinsically polite); например приглашения, предложения, комплименты, и "определенно невежливые" (intrinsically impolite): например, богохульство, приказы, угрозы, оскорбления. Соответственно, отрицательная вежливость рассматривается Личем как "уменьшение невежливости иллокутивных актов", а положительная вежливость – как "увеличение вежливости иллокутивных актов". Относительная вежливость напрямую зависит от контекста и ситуации, ибо "принцип кооперации и принцип вежливости действуют по-разному в различных культурах, в различных ситуациях и различных социальных слоях" [13, с. 10].

Таким образом когда мы говорим о вежливости, то мы говорим об относительной вежливости, основанной на нормах речевого поведения, закрепленных за соответствующими

ситуациями. Эти нормы, однако, различны в различных культурах, что и ведет к возникновению не всегда объективных, порожденных этноцентризмом представлений о вежливости/невежливости той или иной нации.

Систему положительной вежливости называют также "вежливостью солидарности" [18, с. 167].

Концепт положительной вежливости был в свое время детализирован Дж. Личем [13, с. 16], который представил его состоящим из ряда следующих категорий:

категория такта (соблюдай интересы других, не нарушай границ личностной сферы собеседника),

категория великодушия (не причиняй затруднений другим),

категория одобрения (не хули других),

категория скромности (отстраняй от себя похвалу),

категория согласия (избегай возражений),

категория симпатии (проявляй доброжелательность).

Браун и Левинсон формулируют, как известно, 15 стратегий положительной вежливости:

1. Будь внимателен к адресату, его интересам, потребностям, нуждам, добродетелям.
2. Преувеличивай симпатию к адресату.
3. Подчеркивай интерес к адресату.
4. Используй маркеры внутригрупповой солидарности (обращения, жаргон, диалект, сокращение и эллипсис).
5. Стремись к согласию, используй безопасные темы, повторения.
6. Избегай несогласия, используй символическое согласие.
7. Предполагай общие интересы.
8. Прибегай к шуткам.
9. Подтверждай или предполагай знание потребностей адресата.
10. Предлагай, обещай.
11. Выражай оптимизм.
12. Объединяй говорящего и адресата как субъектов деятельности.
13. Давай или проси объяснения.
14. Подразумевай или утверждай сотрудничество.
15. Демонстрируй симпатию, понимание, сотрудничество [5, с. 103-129].

Если основная сфера действия положительной вежливости – вербальное общение между индивидами, объединенными общими интересами, привычками, вкусами и знаниями, а также взаимным стремлением сохранить и укрепить близость и дружелюбие, то отрицательная вежливость – это основа тактичного и уважительного поведения. Невмешательство в "личностную сферу" собеседника, уважение к его независимости и определенная дистанцированность коммуникантов друг от друга считаются наиболее характерными признаками культуры общения в англоязычных странах.

Согласно Браун и Левинсону [5], стратегии отрицательной вежливости предписывают:

1. Используй конвенционально косвенные выражения.
2. Задавай вопросы, уклоняйся от прямого ответа.
3. Выражай пессимизм.
4. Своди к минимуму вторжение в личностную сферу собеседника.
5. Проявляй уважение.

6. Демонстрируй нежелание вмешиваться, приводи убедительные объяснения, приноси извинения.
7. Избегай прямых указаний на личность говорящего и адресата.
8. Прибегай к ликоупонижающим актам как общему правилу.
9. Используй именные формы.
10. Открыто выражай признательность и благодарность [5, с. 132-210]

Многие этнографы речи и социолингвисты [7; 8; 9; 10; 19 и др.] утверждают, что в современных англоязычных этнокультурах отрицательная вежливость в межличностном общении явно преобладает над положительной и сохранение отрицательного лица собеседника считается более важным, чем положительного.

Вывод. Тот факт, что принцип вежливости является, по-видимому, универсальным, а те аспекты вежливости, что отличаются в различных культурах, представляют собой специфические проявления, служит еще одним доказательством разнообразия культур, тех различных социокультурных норм и ценностей, которые отражены на всех уровнях лингвистического кода.

Список литературы

1. Верещагин Е.М. О своеобразии отражения мимики и жестов вербальными средствами (на материале русского языка) / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров // *Вопр. языкознания.* – 1981. – №1. – С. 36-47.
2. Каган М.С. Мир общения. – М.: Политиздат, 1988. – 316 с.
3. Почепцов Г.Г. (мол.) Теорія комунікації. – К.: Спілка рекламистів України, Українська асоціація публік релейшнз, 1996. – 175 с.
4. Сакулин П.М. Филология и культурология. – М.: Высшая школа, 1990. – 248 с.
5. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. – Cambridge: University Press, 1987. – 345 p.
6. Clyne M. Discourse Structures and Discourse Expectations: Implications for Anglo-German Academic Communication in English/ M. Clyne // Smith L.E. *Discourse across Cultures: Strategies in World Englishes.* – N.Y.: Prentice Hall, 1987. – P. 73-83.
7. Duranti A. Ethnography of Speaking: Toward a Linguistics of the Praxis/ A. Duranti // *Linguistics* (Ed. Frederick T. Newmayer). – The Cambridge Survey: Cambridge University Press, 1988. – Vol. IV. – P. 210-228.
8. Foley W. A. *Anthropological Linguistics: An introduction.* – Maldem, MA: Blackwell Publishers, 1997. – 495 p.
9. Garcia C. Making a Request and Responding to it: A Case Study of Peruvian Spanish Speakers/ C. Garcia // *Journal of Pragmatics.* – 1993. – Vol. 19, No. 2. – P. 127-152.
10. Gudykunst W., Ting-Toomey S. *Culture and Interpersonal Communication.* – Beverly Hills: Sage, 1988. – 278 p.
11. Hymes D. *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach.* – Philadelphia PA: University of Pennsylvania Press, 1974. – 245 p.
12. Lakoff R. *Language and Woman's Place.* – N.Y.: Harper and Row, 1975. – 187 p.
13. Leech G. *Principles of Pragmatics.* – London, New York: Routledge, 1983. – 250 p.
14. Le Vine R. Cultural Environment in Child Development/ R. Le Vine // *Child Development Today and Tomorrow* (Ed. by William Damon). – San Francisco: Jossey – Bass, 1989. – 183 p.
15. Lyons J. *Language and Linguistics: an Introduction.* – Cambridge: Cambridge University Press, 1981. – 248 p.
16. Mac Kinnon C. *Only Words.* – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1993. – 197 p.
17. Nida E. *Linguistics and Ethnology in Translation Problems/ E. Nida // Language in Culture and Society: a Reader in Linguistics and Anthropology.* – N.Y.: Harper and Row, 1964. – P. 90-100.

18. Scollon R., Scollon S. Intercultural Communication. – Blackwell: Oxford UK and Cambridge USA, 1995. – 271 p.
19. Sifianou M. Politeness Phenomena in England and Greece: a Cross – cultural Perspective. – N.Y.: Oxford University Press, 1992. – 254 p.
20. Tannen D. Gender and Discourse. – Oxford: OUP, 1994. – 290 p.
21. Thomas J. Cross-cultural Pragmatic Failure // Applied Linguistics. – 1983. – No.4. – P. 91-112.
22. Trudgill P. Sociolinguistics: an Introduction to Language and Society. – Harmondsworth: Penguin Books, 1974. – 316 p.
23. Wierzbicka A. Different Cultures, Different Languages, Different Speech Acts: Polish vs. English/ A. Wierzbicka // Journal of Pragmatics. – 1985. – Vol.9. – P. 145-178.

Дорда С.В. Комунікативний принцип ввічливості у соціокультурному аспекті // Ученіе записки Таврического національного університета ім. В.І. Вернадского. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2009. – Т.22 (61). – №1. – С.366-370.

У статті розглядається комунікативний принцип ввічливості як один із аспектів культури, що відображається в мовленнєвій поведінці носіїв мови. Центральним поняттям принципу ввічливості є «публічний образ». Розглядаються системи позитивної та негативної ввічливості.

Ключові слова: *ввічливість, соціокультурний аспект, «публічний образ», позитивна ввічливість, негативна ввічливість*

Dorda S.V. Communicative Principle of Politeness in Social and Cultural Aspect // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatio». – 2009. – V.22 (61). – №1. – P.366-370.

The article deals with the study of communicative principle of politeness as one of the cultural aspects, reflected in the speech behavior of informants. The central concept of politeness principle is “public image”. The systems of positive and negative politeness are under analysis.

Key words: *politeness, socio-cultural aspect, “public image”, positive politeness, negative politeness*

Поступила в редакцію 17.02.2009 з.