

УДК 81-11

ВЕЖЛИВОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

А. О. ЛАЗУРКИНА

(Представлено: канд. пед. наук М. М. СИРОТКИНА)

Рассматривается понятие вежливости и основные лингвистические теории, в русле которых оно анализируется: теория социальной нормы и теория разговорных максим.

Вежливость – это неотъемлемая составляющая коммуникативного сознания человека, распространяющаяся на всех без исключения членов общества. Она представляет собой наиболее значимую коммуникативную категорию, регулирующую речевое взаимодействие.

В каждой культуре понятие вежливости имеет разную интерпретацию. Согласно определению Т. Лариной, 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) и определяющих выбор наиболее оптимальных коммуникативных средств. Вежливость является отражением социально-культурных отношений, ядро которых составляют социально-психологическая (горизонтальная) и статусная (вертикальная) дистанции, имеющие в каждой культуре свои параметры. Вежливость представляет собой сложное социально-культурное явление, тесно связанное с основными принципами социокультурной организации общества и межличностными отношениями, существующими между его членами, с их коммуникативным сознанием. Она определяется социально-культурным типом отношений и набором ценностей, которыми руководствуются собеседники, удовлетворяя взаимные ожидания [1, с. 17].

Исследования категории вежливости на современном этапе протекают в русле двух основных теорий: теории социальной нормы или речевого этикета и теории разговорных максим.

Теория социальной нормы подразумевает под собой речевой этикет. Речевой этикет – это совокупность правил речевого поведения людей, определяемых взаимоотношениями говорящих и отражающих вежливые отношения между людьми. При этом представления о речевом этикете всегда связаны с проявлением человеком социально одобряемого поведения и достижением гармонизации общения [2, с. 44]. Вежливость как категория этикета, согласно точке зрения В. Е. Гольдина, определяется через понятие «отведение роли адресату речи»: «...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» [3, с. 35].

Этикетные средства могут совпадать или значительно отличаться в различных культурах. Например, такие функциональные разновидности этикетных средств, как смягчение воздействия на адресата, установление, поддержание и завершение коммуникативного контакта, сохранение атмосферы согласия, облегчение восприятия дискурса, повышение коммуникативной роли собеседника, проявление внимания к адресату и заботы о нем, являются общими для русской и английской речевых культур. Однако существуют и различия. В английской культуре приоритетным является снижение категоричности речи, проявление согласия и поддержание обратной связи с говорящим. Речевое поведение русских коммуникантов менее стандартизировано, поэтому в русском общении отмечен только один этикетный приоритет, используемый всеми говорящими в информативных фрагментах дискурса – облегчение восприятия информации. Иными словами, этикетная составляющая английского общения в основном нормативна, а русского – более вариативна и иногда факультативна [2, с. 51]. Под уважением к другим, судя по ответам респондентов, в первую очередь понимается уважение личного пространства, ненарушение его границ, уважение независимости и личной автономии. Некоторые респонденты отметили, что вежливость включает уважение равных прав, что коррелирует с такой важной ценностью, как равенство, характерной для культур с незначительной дистанцией власти [4, с. 75-94; 5, с. 330-341]. В понимании русских вежливость – это уважение и внимание к окружающим, воспитанность, умение вести себя в обществе, соблюдение правил поведения, уважение старших [6]. Таким образом, можно заключить, что в русской коммуникативной культуре вежливость – это главным образом соблюдение правил поведения (не нарушать значит соблюдать), в английской – демонстрация уважения, внимания к окружающим, т.е. это требующая особых усилий коммуникативная деятельность [6].

Речевой этикет подразделяют на этикет устного общения и этикет письменного общения. Этикет устного общения включает формулы вежливости и правила ведения разговора (этикет общения), этикет письменного общения – формулы вежливости и правила ведения переписки (этикет переписки). Основными характеристиками речевого этикета являются ситуативность, регулятивность, согласованность,

наличие коммуникативной рамки. Речевой этикет выполняет несколько функций: установление контакта между людьми; демонстрация уважительного отношения к собеседнику, регуляция поведения людей в обществе, профилактика конфликтов [7, с. 34].

Речевой этикет в узком смысле слова может быть охарактеризован как система языковых средств, в которых проявляются этикетные отношения. Разные уровни языка способны участвовать в выражении уважительного отношения к собеседнику. Современный английский язык имеет некоторые особенности реализации вежливости. На лексическом уровне она проявляется в виде вежливых обращений, слов с импликацией семантики учтивости (please, sorry и т. п.), комплиментарных прилагательных, интенсификаторов и смягчителей определенного значения. К грамматическим средствам реализации стратегии вежливости относятся формы пассивного залога, сослагательного наклонения, видовременные формы группы Continuous, замещающие формы группы Indefinite, отступления от правил употребления видовременных форм при согласовании времен, употребление формы будущего времени с глаголом shall с коннотацией «вежливость надлежания» и усилительного вспомогательного глагола do в аналитических формах. К синтаксическим средствам относятся императивные и восклицательные предложения различных типов, придаточные предложения в составе сложноподчиненных предложений при определенном лексическом наполнении, синтаксические стилистические средства: обрыв, умолчание, эллипсис, пропозематические конструкции (речевые клише) [7, с. 77].

Теория разговорных максим включает в себя представления о вежливости таких исследователей, как Г. Грайс, Дж. Лич, П. Браун и С. Левинсон, Р. Лакофф, Б. Фрейзер. В своей работе «Логика и речевое общение» (1975) Г. Грайс утверждает, что основу речевой коммуникации составляет принцип кооперации, предполагающий готовность собеседников действовать в соответствии с принятой целью и направлением разговора. Иначе говоря, принцип кооперации – это готовность партнеров к сотрудничеству. Принцип кооперации обуславливает основные правила речевой коммуникации. Автор определяет их как четыре категории (максимы). Максиму «количество» Г. Грайс связывает с тем количеством информации, которое требуется передать. Сущность максимы «качество» состоит в том, чтобы высказывание являлось истинным, содержало только истинную информацию. Максима «отношение» связана с релевантностью, то есть соответствием высказывания предмету разговора. Максима «способ выражения» касается четкости и ясности высказывания. Реальное речевое общение не вполне и не всегда соответствует этим правилам: люди бывают многословны; не обязательно говорят то, что думают; отклоняются от темы разговора; их речь бывает неясной, отрывочной. Однако если при этом нарушение не касается базового принципа кооперации, взаимодействие продолжается и достигается определенный уровень понимания [8, с.45; 9, с. 113].

Принцип вежливости Дж. Лича принадлежит речевому этикету и представляет собой совокупность ряда максим. Максима такта касается границ личной сферы: любой коммуникативный акт предусматривает определенную дистанцию. Максима великодушия утверждает, что успешный коммуникативный акт не должен быть дискомфортным для участников общения. Максима одобрения связана с позитивностью в оценке других. Максима скромности представляет собой позицию неприятия похвал в свой адрес: одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является реалистическая, по возможности объективная самооценка. Максима согласия предполагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи – сохранения предмета взаимодействия. Максима симпатии является позицией благожелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Сформулированные максимы не абсолютны. Сама по себе максима не обеспечивает успешного взаимодействия собеседников. Однако применение описанных принципов позволяет более успешно организовать речевое общение, ориентироваться на соблюдение коммуникативных и этических норм [10, с. 34; 9, с. 117].

Также мы не можем не упомянуть работу социолингвистов из Америки П. Браун и С. Левинсон под названием «Вежливость: некоторые универсалии в употреблении языка», в которой они разработали свою теорию вежливости. Основным понятием этой теории является понятие «лицо», под которым подразумевается позитивная социальная ценность, которой обладает каждый член общества. В понятии «лицо» выделяются две основные части: «позитивное» лицо и «негативное» лицо. Позитивное лицо – достойный, положительный образ, на который претендуют коммуниканты в ходе речевого взаимодействия, дословно «желание быть желанным другими». Негативное лицо – желание каждого взрослого человека иметь свободу действий, недопустимость вмешательства со стороны других. Негативное лицо обозначает личное пространство говорящего, его время, «оболочку», имущество, а также информационное пространство, то есть совокупность мыслей, чувств, информации, которой обладает индивид. В процессе общения коммуниканты должны быть заинтересованы в сохранении как своего лица, так и лица партнера. Без выполнения этого условия невозможно нормальное общение. В идеальной коммуникации эти два «лица» находятся в равновесии [11, с. 25–31].

Р. Лакофф, сводя значение принципов кооперации и вежливости к двум правилам прагматической компетенции – «выражайся ясно» и «будь вежлив», считает, что соблюдение принципа вежливости часто

противоречит соблюдению принципа кооперации. Но в этом случае соблюдение норм вежливости важнее, так как в неформальном разговоре передача важных мыслей имеет меньшее значение, чем подтверждение или укрепление отношений. Р. Лакофф выделяет следующие правила вежливости, или правила коммуникативной компетенции: 1) не будь навязчив, 2) оставляй другому право выбора, 3) делай так, чтобы другой чувствовал себя хорошо, веди себя по-дружески [12, с. 297]. Перечисленные правила довольно абстрактны и нуждаются в конкретизации в отношении как отдельных речевых актов, так и определенных коммуникативных ситуаций. Чтобы быть вежливым, следует знать, что и при каких обстоятельствах расценивается как вежливое. Очевидно, вежливость является относительным понятием и во многом определяется правилами, принятыми в различных ситуациях общения.

Весьма продуктивной и популярной также является теория коммуникативного договора Б. Фрейзера. Согласно этой теории, каждая сторона, вступая в разговор, имеет некоторый первоначальный набор прав и обязанностей, которые определяют на предварительных этапах, что участники могут ожидать друг от друга. С течением времени или в связи с изменением контекста появляется возможность пересмотра коммуникативного договора: обе стороны могут изменить права и обязанности по отношению друг к другу. Аспекты, обуславливающие эти права и обязанности, сильно варьируются. Некоторые условия коммуникативного договора могут быть навязаны устоявшимися обычаями: они носят общий характер и применимы ко всем обычным разговорам. Также имеют место условия, налагаемые социальными институтами. И, наконец, некоторые условия определяются особенностями ситуации. Большинство из них могут быть пересмотрены в свете восприятия и признания участниками таких факторов, как статус, власть и роль каждого говорящего, а также характер обстоятельств. Вежливость, с этой точки зрения, не является чем-то само собой разумеющимся. Участникам взаимодействия необходимо осознавать, что они должны действовать в рамках обговоренных ограничений. Вежливость – это состояние, которое должно существовать в каждом разговоре; участники отмечают не то, что кто-то ведет себя вежливо – это является нормой, – а скорее то, что говорящий нарушает коммуникативный договор. Быть вежливым предполагает выполнение поставленной задачи в свете условий и положений «договора» [13, с. 221–223].

Поведение человека обуславливается не только его социальным положением, но и культурной принадлежностью. Представления о вежливости или её отсутствии в поведении с точки зрения кросскультурного подхода разделены типом культуры, в которых формируются. С. Тинг-Туми выделяет коллективистские и индивидуалистические культуры, отличие которых заключается в определении представителями этих культурных типов себя, целей и обязанностей. В зависимости от характеристик этих трех компонентов в двух составных частях данной типологии складываются представления о должном и не должном в общем этическом смысле, что в свою очередь воплощается в более конкретных принципах одобряемого или нет поведения в разных обстоятельствах [14, с. 114–127]. Англоязычные культуры представляют индивидуалистический тип, русскоязычные страны чаще всего относят к коллективистским культурам. Итак, в коллективистских культурах люди идентифицируют себя с большой группой, оказывающей поддержку в обмен на преданность данной группе, здесь превалирует «мы-идентичность», это также высоко-контекстные культуры. В индивидуалистических культурах каждый заботится о себе и ближайших родственниках сам, здесь актуальна «я-идентичность», и характерен низко-контекстный культурный фон [15, с. 421]. Понимание социокультурных особенностей языка способствует более эффективному усвоению и применению определенного набора коммуникативных средств вежливого вербального поведения, свойственного представителям культуры, к которой относится этот язык.

Суммируя все вышесказанное, можно заключить, что вежливость является многоаспектным понятием. Исследователями выделяются две основные теории, раскрывающие категорию вежливости: теория социальной нормы и теория разговорных максим. Первая подразумевает вежливость как речевой этикет. Этикетные средства имеют как сходства, так и различия в разных культурах. Основное расхождение состоит в том, что английское общение определяется присутствием набора норм, для русского же свойственна вариативность. Тем не менее в любой культуре можно выделить систему языковых средств, способных содействовать реализации вежливого поведения. Теория разговорных максим представляет понятие вежливости через следование определенному набору правил. Идеей Г. Грайса является принцип кооперации, предполагающий обоюдное стремление коммуникантов к взаимодействию и включающий в себя четыре максимы. Принцип вежливости Дж. Лича заключается в применении целого ряда максим, в своей совокупности помогающим установить благоприятный контакт. В своей теории вежливости П. Браун и С. Левинсон на главную позицию ставят понятие «лицо» и два его вида (позитивное и негативное). Для оптимальной кооперации необходимо сочетать коммуникативные тактики как позитивной, так и негативной вежливостей. Р. Лакофф отмечает доминирование укрепления отношений над передачей информации и утверждает три правила коммуникативной компетенции. Теория коммуникативного договора Б. Фрейзера предполагает наличие комплекса прав и обязанностей, предопределяющих ожидания участников общения друг от друга. В кросскультурном подходе культуры разделяются на коллективистские (русскоязычные страны) и индивидуалистские (англоязычные страны), что обуславливает выбор тех или иных способов осуществления вежливого вербального поведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ларина, Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации / Т.В. Ларина. – М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 512 с.
2. Рисинзон, С.А. Общее и этнокультурное в русском и английском речевом этикете: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / С.А. Рисинзон. – Саратов, 2010. – 57 с.
3. Гольдин, В.Е. Речь и этикет / В.Е. Гольдин. – М.: Просвещение, 1983. – 109 с.
4. Hofstede, G.H. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values / G.H. Hofstede. – Beverly Hills CA: Sage Publications, 1984. – 328 p.
5. Hofstede, G.H. Cultures and Organizations: Software of the mind / G.H. Hofstede. – London: McGraw Hill, 1991. – 576 p.
6. Ларина, Т.В. Культурные ценности и понимание вежливости в британской, русской и персидской лингвокультурах / Т.В. Ларина, Н. Камех Хош // Русский язык за рубежом. – 2021. – № 2 (285). – С. 10–18.
7. Небольсина, М.С. Речевая культура педагога: учеб.-метод. пособие / М.С. Небольсина. – Барнаул: АлтГПУ, 2019. – 110 с.
8. Grice, H.P. Logic and conversation / H.P. Grice // Syntax and Semantics / ed. P. Cole, J. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – P. 41–58.
9. Мандель, Б.Р. Современная речевая коммуникация: исторические связи, теория, практика: учеб. пособие для обучающихся в системе среднего профессионального образования / Б.Р. Мандель. – М.–Берлин: Директ–Медиа, 2019. – 332 с.
10. Leech, G.N. Principles of Pragmatics / G.N. Leech. – London: Longman, 1983. – 250 p.
11. Brown, P. Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 358 p.
12. Lakoff, R. The Logic of Politeness or Minding Your P's and Q's / R. Lakoff // Papers from the 9th Regional Meeting, Chicago Linguistic Society. – Chicago, 1983. – P. 292–305.
13. Fraser, B. Perspectives on Politeness / B. Fraser // J. of Pragmatics. – 1990. – Vol. 14, iss. 2. – P. 219–236.
14. Ting-Toomey, S. Communicating Across Cultures / S. Ting-Toomey. – New York: Guilford Publications, 1999. – 310 p.
15. Griffin, E. A First Look at Communication Theory / E. Griffin. – 8th ed. – New York: McGraw-Hill, 2012. – 608 p.