

*На правах рукописи*

**АРХИПЕНКОВА Анастасия Юрьевна**

**ВЫРАЖЕНИЕ СОВЕТА В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ  
КОММУНИКАТИВНЫХ КУЛЬТУРАХ**

Специальность 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое  
и сопоставительное языкознание

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук



A handwritten signature in black ink, consisting of stylized cursive letters. The initials 'A.V.' are circled at the beginning of the signature.

Москва – 2006

Работа выполнена на кафедре иностранных языков филологического факультета  
Российского университета дружбы народов

**Научный руководитель:**

доктор филологических наук, доцент  
Ларина Татьяна Викторовна

**Официальные оппоненты:**

доктор филологических наук, профессор  
Хромов Сергей Сергеевич

кандидат филологических наук, доцент  
Векшин Георгий Викторович

**Ведущая организация:**

Институт языкознания  
Российской Академии наук

Защита состоится 29 сентября 2006г. в 15 часов на заседании  
диссертационного совета Д 212.203.12 при Российском университете дружбы  
народов по адресу: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, ауд. 436.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского  
университета дружбы народов по адресу: Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Автореферат разослан 28 августа 2006г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук



Н.Ю. Нелобова

## Общая характеристика работы

Проблемы языка и культуры занимают значительное место в развитии языкознания на современном этапе. Исследователи разных направлений и областей знаний считают, что культура отражается в сознании человека и определяет особенности его коммуникативного поведения.

Один из важнейших путей к преодолению и предупреждению возможных коммуникативных неудач при межкультурном общении лежит в изучении вежливости как национально-специфической категории. Мы разделяем точку зрения исследователей, которые считают, что нет народов более вежливых или менее вежливых, поскольку каждый собеседник оценивает коммуникативное поведение другого человека с точки зрения своих национальных норм поведения, определяемых особенностями социокультурных отношений и культурными ценностями. Не приходится сомневаться в необходимости изучения и исследования стратегий вежливости в кросскультурной коммуникации, поскольку они наглядно показывают, как действует механизм человеческих взаимоотношений.

Разные типы стратегий вежливости связаны с разными речевыми актами (РА), которые определяются как минимальные речевые действия, направленные на достижение говорящим определенной коммуникативной цели. Сопоставляя стратегии вежливости в разных культурах, представляется необходимым всестороннее изучение каждого РА в отдельности, поскольку при межкультурном общении часто ожидания собеседника не совпадают с коммуникативным поведением его партнера, что обусловлено не только разными системами стратегий вежливости, но и разными типами культур и представлениями о мире.

С целью дальнейшего изучения национально-культурной специфики функционирования языков мы обратились к исследованию РА *Совет* в английской и русской коммуникативных культурах.

**Актуальность темы** определяется отсутствием полного и всестороннего анализа языковых средств и коммуникативных стратегий, используемых для выражения совета в сопоставляемых культурах, необходимостью исследования допустимости непрошенных советов, а также недостаточной изученностью концепта *совет* в лингвокультурологии.

**Проблема исследования** состоит в том, чтобы показать особенности функционирования английского и русского языков при реализации РА *Совет*, а также зависимость поведения участников коммуникации от коммуникативного и культурного контекстов.

**Цель исследования** заключается в выделении культуроспецифических характеристик концепта *совет*, а также в выявлении и сопоставлении языковых средств и стратегий вежливости, используемых англичанами и русскими в РА *Совет* при разной дистанции общения.

**Объектом исследования** является речевой акт *Совет*, **предметом исследования** – его отличительные признаки в английской и русской коммуникативных культурах.

**Материалом** для данной работы послужили речевые образцы в виде высказываний, реплик, диалогов, услышанных непосредственно в речи в разных ситуациях общения, а также полученных в результате проведенного анкетирования и устного опроса информантов. В качестве иллюстраций привлекался материал из современной художественной литературы, периодической печати, использовались учебные и лексикографические источники.

**Гипотеза исследования** состоит в следующем. Различия в типах английской и русской культур обуславливают разное содержание концепта *совет* в коммуникативном сознании англичан и русских. Непрошенный совет является феноменом русской культуры, в английской коммуникативной культуре выражение непрошеного совета нетипично. В целом советы в английской коммуникации даются реже, чем в русской, для их реализации используются иные коммуникативные стратегии и языковые средства.

Для достижения поставленной цели и проверки выдвинутой гипотезы требовалось решить следующие **задачи**:

- сопоставить типы английской и русской культур и характерные для них особенности социокультурных отношений, а также выявить важнейшие культурные ценности, влияющие на коммуникативное поведение представителей сопоставляемых культур;
- определить основное содержание концепта *совет* в английском и русском коммуникативном сознании и выявить различия в представлении англичан и русских об этом концепте;
- определить допустимость и частотность данного РА в сопоставляемых культурах в различных коммуникативных контекстах;
- сформулировать рабочее определение *совета* как речевого акта, приемлемое для сопоставительных исследований;
- смоделировать культурные сценарии реализации адвисивных интенций в сопоставляемых культурах;
- сопоставить речевые модели реализации РА *Совет* в английском и русском языках, выявить их основные сходства и различия;
- создать прагматическую классификацию типов выражения совета;
- выявить, каким языковым средствам и коммуникативным стратегиям отдают предпочтение представители сопоставляемых коммуникативных культур при различной дистанции общения;
- определить доминантные черты коммуникативного поведения англичан и русских при выражении совета.

**Методологической основой** исследования послужили фундаментальные труды о взаимосвязи языка и культуры (В.фон Гумбольдт

А.А.Потебня, Э.Сепир, Б.Уорф, Н.Д.Арутюнова, Е.Бартминьски, А.Вежбицкая, Е.М.Верещагин, В.В.Воробьев, В.И.Карасик, Ю.Н.Караулов, В.Г.Костомаров, В.П.Нерознак, С.П.Мамонтов, Ю.С.Степанов, Е.Ф.Тарасов и др.); основополагающие работы, посвященные выявлению национально-специфических характеристик ментальности, отраженных в языке (В.Г.Гак, А.А.Зализняк, А.А.Залевская, О.А.Корнилов, Е.С.Кубрякова, В.В.Красных, А.А.Леонтьев, В.А.Маслова, З.Д.Попова, Н.К.Рябцева, Ю.А.Сорокин, И.А.Стернин, Н.В.Уфимцева, и др.), лингвокультурной специфике коммуникативного поведения (Е.И.Беляева-Станден, Н.Л.Грейдина, С.Г.Тер-Минасова, Н.М.Фирсова, Ю.Б.Кузьменкова, О.А.Леонтович, В.М.Шаклейн; М.Аgar, Е.Hall, Н.Triandis и др.). В данной работе мы опираемся на теорию речевых актов (J.Searle, J.Austin), исследования по прагматике (G.Leech, R.Scollon & S.Scollon, S.Blum-Kulka, J.Thomas и др.), а также наиболее значимые работы о категории вежливости, в том числе в аспекте межкультурной коммуникации (P.Brown & S.Levinson, P.Grice, M.Sifianou, V.Fraser, G.Kasper, R.Watts, Е.А.Земская, Т.В.Ларина, Н.И.Формановская).

В диссертации были использованы следующие **методы**: общенаучное понятийное моделирование, контекстуальный анализ, метод контрастивного анализа, экспериментальный, сопоставительный и статистические методы, анкетирование, опрос информантов и верификация результатов, метод непосредственного наблюдения.

**Научная новизна** диссертации нами усматривается в том, что в настоящей работе было впервые проведено широкомасштабное сопоставительное исследование *РА Совет*, включающее также детальное изучение выражения непрошеного совета; определено содержание лингвокультурного концепта *совет*; смоделированы культурно-прагматические сценарии реализации адвисивных интенций; проведено несколько экспериментов, в результате чего были выявлены предпочтительность и частотность языковых моделей и коммуникативных стратегий, используемых в данном *РА*.

**Теоретическая значимость** исследования состоит в том, что на примере реализации речевого акта *Совет* в данной работе показан регулируемый коммуникативным сознанием механизм коммуникативного поведения представителей английской и русской лингвокультур, обусловленный особенностями культуры. Подобный подход к изучению речевых актов и коммуникативного поведения в целом представляет перспективным для кросскультурных исследований и позволяет выявить культурные сценарии (*сценарии* – термин А.Вежбицкой), закрепленные в сознании носителей различных культур.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что подобные культурные сценарии обладают большой объяснительной

возможностью и представляют собой эффективное средство формирования межкультурной коммуникативной компетенции. Также она усматривается нами в том, что полученные результаты и выводы, сделанные на их основе, могут быть использованы как в теории и практике межкультурной коммуникации, так и в других областях науки: антропологической лингвистике, этнопсихолингвистике и лингвокультурологии. Материалы исследования могут быть полезны при написании учебных пособий по английскому языку и английской разговорной речи, по русскому языку как иностранному, в переводческой и преподавательской практике, а также использоваться в лекционных курсах по теории межкультурной коммуникации и культуре речи.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Типы культур, социально-культурные отношения и культурные ценности отражаются в национальном сознании и определяют коммуникативное поведение представителей различных лингвокультур.

2. Концепт *совет* в сознании англичан и русских имеет разное содержание, что объясняется несовпадающими прагматическими presuppositionами и коммуникативными ценностями в сопоставляемых лингвокультурах.

3. РА *Совет* – побудительный речевой акт, содержанием которого является побуждение адресата к выполнению действия, выгодного для него с точки зрения говорящего; его прагматическими параметрами являются бенефактивность, опциональность и отсутствие облигаторности.

4. Непрошенный совет является феноменом русской коммуникативной культуры, национальной особенностью русского народа; в английской коммуникативной культуре непрошенный совет не имеет значительного распространения.

5. При реализации РА *Совет* поведение участников коммуникации напрямую зависит не только от конкретного коммуникативного, но и от культурного контекста.

6. Выбор языковых средств и коммуникативных стратегий, используемых англичанами и русскими при выражении совета, не совпадает, что предопределяется национально-культурной спецификой категории вежливости и сказывается на доминантных чертах английского и русского коммуникативного поведения и национальных стилях коммуникации.

**Апробация работы.** Основные выводы и результаты диссертационного исследования были изложены на заседаниях кафедры иностранных языков филологического факультета РУДН, излагались в форме докладов на семинарах и научно-практических конференциях в МГИМО(У) (Москва, 2005), РУДН (Москва, 2005), НГЛУ (Н.Новгород, 2005). По теме диссертации имеются четыре публикации.

**Структура работы.** Диссертация состоит из Введения, трех Глав, Заключение, Библиографии и пяти Приложений.

### Основное содержание работы

Во Введении обосновывается выбор темы, ее актуальность и новизна, определяются цели и задачи исследования, раскрывается теоретическая и практическая значимость работы, определяются методы и материал исследования, отражена апробация диссертации, описывается ее структура.

В первой главе «Социокультурные отношения и ценности как основа различий в коммуникативном поведении» сопоставляются типы английской и русской культур, характерные для них особенности социокультурных отношений и культурные ценности, прежде всего те, которые в большей степени влияют на коммуникативное поведение.

Главной причиной различия в коммуникативном поведении людей является тип культуры, к которому принадлежат собеседники. Английская культура, являющаяся индивидуалистической, предполагает развитое чувство независимости у каждого индивидуума, уважение его личной автономии (*privacy*). Русская – коллективистская – культура определяется наличием приоритетной ориентации на общие, коллективные цели. По сравнению с англичанами (и другими европейцами) у русских личность проявляет себя наиболее полно в составе общества. Сосредоточенность на себе и проявление индивидуализма издавна на Руси считались недопустимыми явлениями в обществе.

Одним из самых значимых структурных признаков культуры являются социальные отношения, которые характеризуются горизонтальной и вертикальной дистанцией. В английской культуре ярко выражена горизонтальная дистанция, вертикальная – незначительна, по сравнению с другими культурами [G.Hofstede, H.Triandis, A.DeCapua и др.]. Для русской культуры характерны меньшая, по сравнению с английской, горизонтальная дистанция и более значительная вертикальная [L.Brosnahan, Ю.Е.Прохоров, И.А.Стернин; Т.В.Ларина].

Социально-культурные отношения формируют культурные ценности, многие из которых играют важную роль в процессе коммуникации и потому могут быть названы коммуникативными. Такими ценностями в английской культуре являются, прежде всего, автономия личности и равенство, в русской культуре – соборность и уважение к старшим (по возрасту и/или статусу).

Культурная ценность личной автономии в английской культуре подтверждается наличием специальной лексики для ее наименования – *privacy*, отсутствующей в других языках, многообразием однокоренных слов

и словосочетаний (*private property, private conversation, private life, privately, in private*). Она находит отражение в пословицах, передающих значимость данной культурной ценности народа: *An Englishman's house is his castle* (Дом англичанина – это его крепость), *Good fences make good neighbours* (Хорошие заборы способствуют добрососедству) и др. Зона *privacy* распространяется как на вербальное, так и на невербальное поведение англичан, важнейшей коммуникативной доминантой которых является дистанцированность [Ларина 2003, Кузьменкова 2005]. Данная особенность проявляется как на невербальном уровне общения (недопустимость прикосновений, дистантность), так и на вербальном уровне: недопустимость замечаний, критики, *turn-taking* (согласно которому каждый из коммуникантов говорит строго по очереди), существование многочисленных тематических табу.

В русской коммуникации, как вербальной, так и невербальной, приоритетным является не дистантность, а близость отношений, что проявляется в особенностях их коммуникативного поведения (использование элементов тактильной коммуникации, допустимость непрошенных советов, замечаний, вмешательство в разговор, меньшая табуированность в общении). Понятие «привеси» является лексической и концептуальной лакуной в русской коммуникативной культуре.

Несмотря на наметившуюся ориентацию некоторых представителей русской культуры (особенно молодежи) к более замкнутому образу жизни, прагматизму, мы считаем, что индивидуалистический тип культуры в целом остается чуждым для русских. О значимости концепта «соборность» свидетельствуют данные социологических опросов, работы исследователей разных отраслей гуманитарных наук [Прохоров, Стернин 2002; Касьянова 2003, Ларина 2003, Сергеева 2004, Кузьменкова 2005 и др.].

Особенности дистанции вертикального типа обуславливают наличие ценностей *равенство* и *уважение к старшим* в английской и русской культурах соответственно.

В английской культуре широко распространяются идеи равенства и демократии, а любые проявления неравенства, по словам Г.Хофштеде, «требуют обоснования», традиции всеобщего равенства предписывают оценивать роль личности без учета таких факторов, как возраст и статус. [Hofstede 1992].

Более значительная вертикальная дистанция в русской культуре сформировала такую ценность, как *уважение к старшим* (по возрасту и/или по статусу). Данная ценность существует в русской культуре на протяжении многих веков и является следствием теократических идей и общественно-политического строя, существовавшего в России. Опеканность со стороны старших и почтение к ним со стороны младших – характерная черта русского коммуникативного поведения.

Данные коммуникативные ценности ежедневно проявляются в английской и русской коммуникациях: англичане избегают замечаний, критики даже по отношению к своим детям; их советы выражаются в весьма завуалированной форме (в виде просьб и предложений); в школах и университетах среди студентов принято отстаивать свою точку зрения, широко распространены дискуссии, целью которых является поощрение учащихся к выработке своей собственной позиции относительно любой проблемы, допустимо неформальное обращение (по имени) к преподавателям, т.е. равенство как важнейшая ценность демонстрируется англичанами даже при асимметричных отношениях.

В русской коммуникации, напротив, старшие легко допускают критические замечания и советы в общении с младшими, мнение учителя и преподавателя имеет большой авторитет и редко подвергается сомнению, старшие по статусу пользуются повышенным вниманием и многочисленными привилегиями и т.д. Фактор власти в русской коммуникативной культуре занимает одно из центральных мест и во многом предопределяет стиль поведения, принятый в обществе, специфику сознания и образа жизни. В коммуникации высокая статусная дистанция находит отражение в допустимости со стороны старших, оказания прямого коммуникативного воздействия на собеседника.

На особенности коммуникативного поведения влияет также наличие /отсутствие оппозиции «свой-чужой» в обществе. Эта оппозиция вариативна и, если ее рассматривать по горизонтали, то она, по мнению ряда исследователей, характерна для представителей коллективистских культур, к которой относится русская [Уфимцева 2004, Балясникова 2004]. Расширенное понятие «свой» у русских объясняется тем, что русскому языковому сознанию присущ «человеко-другоцентризм», в центре которого находится «человек родовой», тогда как у англичан это – «я» [Уфимцева 2000].

Существует множество вариантов данной оппозиции: «принадлежащий/непринадлежащий кому-, чему-либо», например, в России существует молодежное политическое движение «Наши»; выделяется определение «своего» в российской политической элите. Одним из вариантов оппозиции является «знакомый/незнакомый»: *«иностранные гости всегда жалуются на странное поведение русских на улицах и в общественных местах!...! они никогда не улыбнутся незнакомому человеку. Они серьезны и выглядят мрачно»* [Pavlovskaya 1997].

Для английской культуры оппозиция «свой-чужой» характерна в меньшей степени: англичане улыбаются незнакомым людям, здороваются, если незнакомец зашел в лифт, вежлив с людьми, не деля их на «своих» и «чужих» [Ларина 2003]. Разные национальные сознания, различные исторически обусловленные коллективные формы деятельности

обуславливают тот факт, что оппозиция «свой-чужой» в русском коммуникативном поведении выражена сильнее, что позволяет объяснить многие особенности коммуникативного поведения в сопоставляемых лингвокультурах.

Отсутствие зоны личной автономии в русской коммуникативной культуре и наличие высокой статусной дистанции являются факторами, обуславливающими во многих ситуациях общения коммуникативную *импозитивность* (допустимость оказания прямого коммуникативного воздействия на собеседника – термин Т.В.Лариной) среди представителей русской культуры. Как отмечает И.А. Стернин, «каждый русский может вмешаться в дела каждого. Это – проявление коллективизма, русского менталитета». Коммуникативное воздействие, выражающееся в виде замечаний, критики, непрошенных советов незнакомым людям, категоричность и прямолинейность по отношению к собеседнику, обладающему более низким статусом, воспринимается русскими коммуникантами, в целом, как допустимое явление.

Для английской культуры, важнейшей коммуникативной ценностью которой является дистантность и уважение к личной независимости каждого, характерно соблюдение принципа невмешательства, недопустимость оказания прямого коммуникативного воздействия, т.е. коммуникативная *неимпозитивность*, которая является ключом к пониманию норм и правил общения в английской коммуникации.

Во второй главе «*Совет в сознании и языке*» раскрывается содержание концепта *совет* в сопоставляемых лингвокультурах, предпринимается анализ РА *Совет*, описаны прагматические типы его реализации, а также обозначена система стратегий вежливости как основа для сопоставления коммуникативного поведения англичан и русских.

В основе восприятия и видения мира лежит определенная система предметных значений, социальных стереотипов, когнитивных схем, поэтому сознание человека всегда этнически обусловлено. Образ мира той или иной культуры составляет языковое сознание – «совокупность перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителя культуры об объектах реального мира» [Тарасов 1996].

Различия в восприятии мира проявляются не только в языковом сознании, но и в коммуникативном поведении представителей разных лингвокультур. Наряду с языковым сознанием современные исследователи предлагают выделять коммуникативное сознание, «совокупность механизмов сознания человека, которые обеспечивают его коммуникативную деятельность» [Стернин 2004]. Для изучения коммуникативного сознания народа большое значение имеет изучение коммуникативных категорий, а также знание концептов, связанных с его коммуникативной деятельностью.

При сопоставительном изучении языков и культур предпочтительным является исследование лингвокультурных концептов – «условных ментальных единиц, направленных на комплексное изучение языка, сознания и культуры» [Карасик, Слышкин 2003]. Они несут важную информацию для систематизации национальных особенностей коммуникативного поведения людей.

Исследуя *совет* как лингвокультурный концепт, мы пришли к следующим выводам:

- содержание концепта *совет* в сознании представителей английской и русской культуры не совпадает;
- в русском языковом сознании концепт *совет* связан с концептами *добро, согласие, соборность*, в английском языковом сознании этой связи нет;
- в сознании представителей русской культуры совет – это *проявление внимания, заинтересованности, соучастия, желания помочь* и его допустимо давать в форме *рекомендаций*; в английской культуре совет – это *вмешательство* в зону личной автономии, угрожающий лицу РА, в результате чего он выражается в виде *собственного мнения*.
- выражение совета в русской коммуникативной культуре имеет большую распространенность; отношение к советам в русской культуре в целом более лояльно, чем в английской культуре;
- особенностью русского коммуникативного поведения является непрошенный совет, гораздо реже встречающийся в английской коммуникации.

Англичане воспринимают непрошенные советы как покушение на личную независимость собеседника, навязывание ему воли говорящего: *Давая – из самых лучших побуждений! – непрошенный совет, вы совершаете поступок дерзкий, или, точнее говоря, рискованный* [Виссон 2003]. Прекрасным примером, иллюстрирующим непопулярность непрошенных советов в английской культуре, является старая английская пословица *Give not counsel or salt until you are asked* (Не давай совета или соли, пока тебя не попросят).

Представители русской культуры часто воспринимают непрошенный совет как помощь и считают его допустимым. Соучастие, являясь важным компонентом успешного взаимодействия в русской коммуникации, выражается пословицей *Чужого горя не бывает*, доказывающей необходимость советов в случае, если человеку, с точки зрения говорящего, необходимо помочь.

С целью выяснения того, как воспринимаются непрошенные советы носителями сопоставляемых культур, нами был проведен эксперимент, результаты которого показали, что выражение непрошенных советов рассматривается английскими коммуникантами как слишком деликатное и/или недопустимое действие. Основные выводы, касающиеся различий в отношении допустимости непрошенных советов, сводятся к следующему:

а) 41% опрошенных англичан считают слишком деликатным, не вполне допустимым действием давать непрошенные советы даже своим близким, тогда как почти все русские респонденты (95%) расценивают подобного рода советы как вполне естественные;

б) англичане примерно одинаково оценивают степень допустимости непрошенных советов друзьям и коллегам; русские коммуниканты назвали приемлемыми советы друзьям в 2,5 раза чаще, чем советы коллегам, что объясняется более выраженной оппозицией «свой-чужой» в русской культуре;

в) в русской коммуникации при асимметричных статусных отношениях «сверху вниз» непрошенные советы имеют значительно большее распространение, чем в английской коммуникации (все 100% английских респондентов считают, что советовать незнакомому ребенку на улице – неприемлемо, 60% русских информантов не видят в этом ничего предосудительного).

Исходя из вышесказанного, следует, что непрошенный совет является национально-специфической особенностью русской коммуникации.

Представляется сложным провести четкую границу между РА *Совет* и РА *Предложение*, поскольку они обладают схожими прагматическими параметрами. В данном исследовании *совет* рассматривается как *побудительный речевой акт, содержанием которого является побуждение адресата к выполнению действия, выгодного для него с точки зрения говорящего*. Для данного РА характерны *опциональность, бенефактивность, отсутствие обязательности*.

В межкультурном общении частотность и допустимость РА *Совет* определяется не только *коммуникативным контекстом*, но и *культурно-прагматическим контекстом*, который подразумевает наличие специфической системы социокультурных отношений и коммуникативных ценностей, связанных с определенным типом культуры. Для того чтобы выявить особенности восприятия РА *Совет* в коммуникативном сознании англичан и русских, нами был проведен семантико-прагматический анализ его содержания, разработаны культурные сценарии, позволяющие выявить основные различия в реализации данного РА и способствующие формированию межкультурной коммуникативной компетенции. Были получены следующие результаты:

1) в английской коммуникации выражение совета предполагает запрос заинтересованного лица, в русской коммуникации совет часто дается по инициативе говорящего;

2) в сопоставляемых лингвокультурах существует разная степень ожидания следования совету (в русской – гораздо выше);

3) в английской культуре РА *Совет* обладает значительно меньшей степенью обязательности, чем в русской;

4) в сопоставляемых культурах существует разное отношение к совету: англичане считают его вторжением в зону личной независимости, русские – своей помощью.

Поскольку цель данного исследования заключается в сопоставлении коммуникативного поведения англичан и русских в однотипных ситуациях общения путем сравнения языковых средств и коммуникативных стратегий, в рамках диссертации описаны и проанализированы наиболее употребляемые формы выражения совета.

Главным различием в использовании вариантов базовых моделей является расхождение в семантике и прагматике высказываний-советов в сопоставляемых языках: *Suppose, you could call him* (Полагаю ты могла бы ему позвонить<sup>1</sup> – совет подруге, как поступить, если ее друг внезапно прекратил общение). Для представителя русской культуры более привычным и понятным было бы высказывание *Позвонила бы ему*. И наоборот, совет русского респондента *Необходимо выяснить, где он сейчас, так что звони ему немедленно* при буквальном переводе звучит для английского собеседника как приказ. Таким образом, многие адвисивные конструкции составляют идиоматику языка, в связи с чем их дословный перевод не всегда возможен.

В данной работе представлена прагматическая дифференция способов выражения совета, из которых можно выделить следующие прагматические типы: среди прошеных советов - *совет-рекомендация, совет-предложение, совет-констатация, совет-инструкция, совет-намеки*; среди непрошеных - *совет-помощь, заинтересованный совет, совет-наставление, совет-предупреждение, совет-намеки*. Частотность тех или иных моделей при выражении определенных типов совета культурно вариативна, что отражено в третьей главе диссертации.

В данном исследовании РА *Совет* рассматривается в связи с категорией вежливости, в основу которой положена концепция П.Браун и С. Левинсона о категории вежливости, отражен новый подход к изучению данной категории в межкультурном аспекте (теория Т.В.Лариной) Нами выдвигается гипотеза, согласно которой, РА *Совет* в русском коммуникативном сознании больше связан со стратегиями вежливости сближения, чем отдаления, в отличие от английского коммуникативного поведения.

Третья глава посвящена описанию социокультурных особенностей реализации РА *Совет* в речи, а также сопоставлению языковых средств и коммуникативных стратегий, употребляемых представителями английской и русской культур в данном РА.

<sup>1</sup> Здесь и далее буквальным перевод дается преднамеренно, чтобы наиболее наглядно продемонстрировать различия в коммуникативных стратегиях и языковых средствах, используемых представителями сопоставляемых лингвокультур

В ней описаны результаты эксперимента, посвященного исследованию прошеного совета. Для этого были смоделированы 6 ситуаций общения, каждая из которых отличалась по одному из признаков – статусное неравенство, разная социально-психологическая дистанция. Наши данные показали, что поведение участников коммуникации в английской и русской коммуникативных культурах в данном РА не всегда и не полностью совпадает, что отражается в применяемых ими коммуникативных стратегиях и в выборе языковых средств. (В Приложении 3 диссертации нами приводятся обобщенные данные проведенного эмпирического исследования).

Во всех рассмотренных ситуациях прослеживается одна и та же тенденция: английские коммуниканты отдают предпочтение косвенному выражению побуждения, русские коммуниканты – прямому. В условиях статусной асимметрии в английском материале часто используются вопросительные и модальные конструкции, глагол *should*, выражающий значение *совета*, а также высказывания, содержащие условное наклонение; императивные конструкции англичане употребляют в целом в два раза реже, чем русские. Большая вариативность речевых формул, подразумевающих наличие права выбора у адресата относительно каузируемого действия, является доказательством того, что английские коммуниканты стремятся *минимизировать* прямое коммуникативное воздействие на адресата: *Why don't you start your work now?* (Почему бы тебе сейчас не начать работу? – совет матери - сыну); *Perhaps you could finish your school first* (Возможно, ты мог бы сначала закончить школу – совет взрослого - ребенку); *In your place I would write them out* (На твоём месте я бы выписал их – совет преподавателя – студенту, как запомнить трудные правила). Полученные данные свидетельствуют о реализации стратегий вежливости *отдаления* в английской коммуникации: *выражайтесь косвенно, задавайте вопросы, будьте уклончивы* и др. [Brown & Levinson, Ларина].

В русской коммуникации отмечена высокая частотность императивных конструкций; представители русской культуры реже, чем английские коммуниканты, использовали вопросительные высказывания (в 5 раз) и модальные конструкции (в 4 раза), из чего следует, что русские отдают предпочтение прямым формам совета. Русские информанты в своих высказываниях часто использовали слова *надо*, *нужно*, *должен*, т.е. в их репликах преобладает значение *долженствования*, следовательно, *оказание прямого воздействия на адресата* и *отсутствие опциональности* не является в русской культуре нарушением коммуникативных норм: *Поторопись – и успеешь* (совет матери – сыну); *Не делай глупостей, чтобы потом не жалеть* (совет взрослого – ребенку); *Вытиши правила и повторяй ежедневно* (совет преподавателя – студенту). Интересно, что многие русские респонденты употребили побудительные высказывания со значением совместного действия, что не наблюдалось в английском материале: *Давай*

вместе разберем эти правила! / Попробуем вместе, может, получится! Этот факт свидетельствует о стремлении русских действовать сообща, что обусловлено наличием концепта «соборность» в русском коммуникативном сознании. Типичными для русского коммуникативного поведения являются стратегии *выражайтесь прямо, оказывайте воздействие на адресата, будьте оптимистом, замечайте слушающего, уделяйте ему внимание*, что скорее можно определить как стратегии вежливости *сближения*. Преобладание императивных конструкций и наличие перформативов в ситуациях, где существует статусная асимметрия, свидетельствует о том, что русские коммуниканты не стремятся сократить существующую дистанцию власти, напротив, часто неравный статус собеседников является *решающим* фактором для выбора эксплицитных форм выражения совета, вышестоящий коммуникант считает себя в праве оказать прямое коммуникативное воздействие на собеседника.

При различной социальной (горизонтальной) дистанции английские респонденты употребляли средства прямого воздействия в меньшей степени, чем русские. Они использовали более разнообразные речевые формулы: так, в ситуации 2 (совет подруге, что предпринять, если друг внезапно прекратил общение) англичане в 2 раза чаще, чем русские, использовали модальные, вопросительные высказывания и гипотетические формы советов: *Do you think you could just call him?* (Ты думаешь, что могла бы ему просто позвонить?) / *If I were you, I would wait* (На твоём месте я бы подождала). Таким образом, частыми стратегиями, использованными в английской коммуникации, являлись стратегии дистанцирования. В ситуациях общения, где присутствует статусная асимметрия, англичане также в основном реализуют стратегии отдаления, отдавая предпочтение косвенным высказываниям, содержащим семантическую опцию: *I think you could make it your aim and concentrate* (Мне кажется ты мог бы поставить себе цель и сконцентрироваться – совет преподавателя – студенту) / *You can go and then, perhaps I'll help you if you like* (Ты можешь пойти, а потом если хочешь, я тебе помогу – совет матери – сыну). Несмотря на пресуппозицию ситуаций (запрос заинтересованного лица), некоторые английские респонденты затруднились дать какой-либо совет (в русском материале такого явления не наблюдалось).

В русской коммуникации, в отличие от английской, допустимо использование перформативных высказываний (в ситуациях *совет другу и совет коллеге* их использовало 5% и 7% русских информантов соответственно), которые, наряду с императивами, являются наиболее эксплицитным и прямым способом выражения совета: *Советую тебе подождать / Я советую ничего не предпринимать*. Отсутствие подобных высказываний в английском материале объясняется наличием зоны личной автономии и коммуникативной неимпозитивностью англичан и

подтверждает тот факт, что в английском языке перформативные глаголы обладают большей силой воздействия и, как отмечают английские исследователи, являются слишком *навязчивыми, назойливыми* (именно так переводится слово 'intrusive', употребляемое Дж.Томас для характеристики перформативных глаголов) [Thomas 1995].

Преобладающей формой выражения совета у русских коммуникантов являются императивные конструкции; часто представители русской лингвокультуры, в отличие от английских коммуникантов, включали говорящего и слушающего в курс, оказывали прямое воздействие на адресата, предлагали помощь, выражали солидарность. Ср.: (совет коллеге, как поступить в случае невозможности выполнить работу в срок *If it was me I would let the boss know as soon as possible and explain the situation* (Если бы я был на твоём месте, я бы как можно скорее об этом поставил в известность начальника и объяснил бы ситуацию) / *He волнуйся, во-первых. Возьми больничный и спокойно доделай дома. Или хочешь, я с ним поговорю? Он даёт нереальные планы!*; (совет преподавателя – студенту, как легче запомнить сложные правила) *Why don't you focus on just one a day?* (Почему бы тебе не сосредоточить свое внимание только на одном (правиле) в день?) / *Учить надо лучше, повторять каждый день – тогда и запоминается все!*

В целом результаты нашего исследования показали, что стратегии вежливости, предложенные П. Браун и С.Левинсоном и названные ими универсальными [P.Brown & S.Levinson 1978; 1987], менее характерны для русской коммуникативной культуры: они реже используются русскими коммуникантами.

Для исследования непрошеного совета были смоделированы ситуации общения, где аналогично собеседников разделяли разные типы дистанции.

Главный вывод, сделанный на основе полученных результатов подтверждает гипотезу исследования: *выражение непрошеного совета для английского коммуникативного поведения характерно в значительно меньшей степени*. Наиболее разительный контраст в отношении допустимости непрошенных советов наблюдается в ситуации *совет взрослому незнакомому ребенку*: только 10% английских респондентов сочли возможным дать совет в этой ситуации, тогда как 90% русских информантов охотно давали ему советы. При различной горизонтальной дистанции английские респонденты в целом давали советы в 3,5 раза реже, чем русские информанты.

Среди разнообразия форм советов в сопоставляемых культурах при статусной асимметрии в английском материале доминируют вопросительные высказывания, в русской коммуникации – побудительные: (совет взрослому незнакомому ребенку) *Do you have a hat you could put on?* (У тебя есть шапка, которую ты мог бы надеть?) / *Шапку-то надень! Заболеешь, ведь!* / (совет начальника – подчиненному не заниматься новыми проектами, не доделав

текущие дела) *Would you like to write it down so as we could use it later?* (Не хотели бы вы ее (идею – прим. А.А.) записать, чтобы попозже мы могли ею воспользоваться?) / *Закончите сначала начатое, обсудим вашу идею позднее!*

Фактор власти обуславливает выбор языковых средств в русской коммуникации: практически все респонденты использовали императивные и перформативные конструкции, давая совет собеседнику, обладающему более низким статусом. В английской коммуникации прослеживаются тенденции *предоставления собеседнику опции, стремление к равноправному общению, минимизация импозиции.*

Многие английские высказывания настолько сильно отличаются от речевых моделей, распространенных в русской коммуникации, что едва ли могут быть расценены русскими коммуникантами как совет: *I wonder if you could take my hat. I have plenty* (буквально: Интересно, мог ли бы ты взять мою шапку? У меня их полно! - совет незнакомому ребенку на улице надеть шапку) / *May I have the idea in writing a bit later? I like it very much* (Могу я чуть позже получить вашу идею в письменной форме? Она мне очень нравится! – совет начальника – подчиненному закончить начатые дела).

Особенностью коммуникативного поведения англичан в ситуациях при различной горизонтальной дистанции является частое *употребление комплиментов* во всех типах высказываний, что практически не встречалось в русском материале: (совет жене что надеть) *Why don't you put on this suit? You look great in it!* (Почему бы тебе не надеть этот костюм? Ты в нем замечательно выглядишь!) / *Try on this one, you're very beautiful!* (Примерь вот это, ты очень красивая!).

В связи с большим разнообразием полученного материала, наряду с анализом языковых средств, учитывалось семантическое ядро совета и количество употребленных реплик. В результате исследования было выявлено несовпадение ядерных реплик: английские коммуниканты использовали *оценочные реплики, вопрос о намерении собеседника совершить какое-либо действие, побудительные высказывания с глаголами need/should*; русские коммуниканты употребляли *императивные конструкции, побудительные высказывания со значением совместного действия*. Количество реплик, использованных информантами, в среднем приблизительно одинаковое, однако в ситуациях статусного неравенства англичане использовали в два раза больше реплик, чем русские; в ситуации «совет прохожему» 100% английских информантов прежде чем дать совет, сначала извинялись, русские коммуниканты делали это примерно в 3 раза реже. Эти данные свидетельствуют о стремлении английских коммуникантов «сохранить лицо» собеседника, продемонстрировать уважение к его личной автономии.

Различия в используемых стратегиях и языковых средствах, а также частотность и допустимость непрошенных советов, сказываются на

особенностях английского и русского коммуникативных стилей [Ларина 2004, 2005].

В **Заключении** излагаются основные выводы проведенного исследования, опирающиеся на предложенный подход к изучению РА *Совет* в межкультурном аспекте. Коммуникативная культура имеет национальную специфику и является формой проявления коммуникативного сознания, которое формируется под влиянием окружающей действительности. Разное содержание концепта *совет* в сознании англичан и русских связано с разными типами культур и характерными для них социокультурными отношениями и ценностями, изучение которых дает нам ключ к пониманию коммуникативного поведения народа. При выражении совета англичане и русские используют разные стратегии вежливости, поскольку в русском коммуникативном сознании РА *Совет* не рассматривается как «угрожающий лицу» акт, в отличие от английского коммуникативного сознания. Стратегии вежливости, используемые коммуникантами, обуславливают выбор языковых средств и сказываются на национальных стилях коммуникации.

**Основное содержание диссертации** отражено в следующих работах:

1. Архипенкова А.Ю. Концепт *совет* в английской и русской лингвокультурах. – Вестник РУДН. Сер. «Русский и иностранные языки и методика их преподавания». – 2005-2006, № 1(3-4). – С. 164-171.
2. Архипенкова А.Ю. Непрошенный совет как феномен русской коммуникативной культуры // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания. – М.: Изд-во «Флинта», «Наука», 2005. – С.20-24.
3. Архипенкова А.Ю. Оппозиция «свой-чужой» в речевом акте *Совет* // V Степановские чтения. Язык в современном мире. На материале романогерманских и восточных языков. Материалы докладов и сообщений Международной конференции. – М.: Изд-во РУДН, 2005. – С.44-46.
4. Архипенкова А.Ю. Семантика и прагматика адвисивных высказываний в английской и русской коммуникативных культурах // Лингвистические основы межкультурной коммуникации: Сборник материалов международной научной конференции 1-2 декабря 2005г. – Н.Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2005. – С.23-25.

**Архипенкова Анастасия Юрьевна (Россия)**  
**Выражение совета в английской и русской**  
**коммуникативных культурах**

Диссертация посвящена изучению речевого акта *Совет* в английской и русской коммуникативных культурах. В ней сопоставляются языковые средства и коммуникативные стратегии, используемые английскими и русскими коммуникантами и на основе результатов исследования обосновывается связь коммуникативного поведения англичан и русских с типом культуры, национальным сознанием, особенностями социокультурных отношений и ценностей. В данной работе рассматривается содержание лингвокультурного концепта *совет* в английском и русском коммуникативном сознании; смоделированы культурные сценарии реализации РА *Совет*; исследованы и описаны речевые модели реализации совета в английском и русском языках; создана прагматическая классификация типов совета.

Сопоставительный анализ речевых моделей и коммуникативных стратегий англичан и русских, проведенный на материале, полученном в результате анкетирования и непосредственного наблюдения, показал, что речевой акт *Совет* в русском коммуникативном сознании больше связан со стратегиями сближения, чем отдаления, в отличие от английского коммуникативного сознания, где данный речевой акт является «угрожающим лицу».

**Anastasia Yu. Arkhipenkova (Russia)**  
**Advice Giving in English and Russian Communicative Cultures**

The thesis analyses the speech act of *Advice giving* in English and Russian communicative cultures with particular reference to social relationships and cultural values. It reveals the differences in the conceptualization of *advice* in English and Russian cognition; describes speech models of advice giving and its performing in English and Russian communicative.

This comparative analyses was conducted on the basis of questionnaires and interviews. It demonstrates the fact that advice giving in Russian does not have the same negative connotation that it does in English. It is rather a positive than negative speech act. Due to cultural differences English and Russian interlocutors performing this act use different strategies and language forms.

The results of the research show the connection between communicative conduct and differences in social relationships and cultural values. They have implications for pragmatics, ethnosociology, intercultural communication and second-language teaching.

Типография ордена "Знак Почета" издательства МГУ  
119992, Москва, Ленинские горы  
Заказ № 432 Тираж 100 экз.



