

---

## РЕЧЕВОЙ АКТ ПРИГЛАШЕНИЕ В АМЕРИКАНСКОЙ И РУССКОЙ КОММУНИКАТИВНЫХ КУЛЬТУРАХ (результаты эмпирического исследования)

Е.Б. Щелчкова

Кафедра иностранных языков  
Филологический факультет  
Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Макляя, 6, Москва, Россия, 117198

В статье раскрываются особенности реализации речевого акта *Приглашение* в американской и русской коммуникативных культурах. На основе результатов эмпирического исследования проводится сопоставительный анализ коммуникативных стратегий и языковых средств реализации данного речевого акта в коммуникации американцев и русских.

**Ключевые слова:** речевой акт, приглашение, коммуникативные стратегии, вежливость дистанцирования.

Речевой акт *Приглашение* в американской и английской коммуникативных культурах реализуется, как правило, совсем не так, как в русской, что нередко становится причиной непонимания и сбоев при межкультурном общении. Как отмечает Т.В. Ларина, «незнание особенностей английского приглашения может привести и приводит к неверному толкованию коммуникативных намерений собеседника и к восприятию его поведения как неискреннего» [1. С. 308]. Подобные трудности возникают и при общении американцев и русских.

Это связано с тем, что, приглашая, американские и русские коммуниканты отдают предпочтения разным коммуникативным стратегиям и тактикам и используют для их реализации разные языковые средства.

Знание различий в реализации американского и русского приглашений позволит верно интерпретировать коммуникативные намерения инокультурного собеседника, а значит, повысить эффективность общения. С тем, чтобы выявить такие различия, мы предприняли сопоставительный анализ особенностей реализации РА *Приглашение* в американской и русской коммуникации.

Говоря о приглашении, нельзя не отметить, что в американской коммуникативной культуре, как и в английской, выделяют не только истинные, или явные («unambiguous invitations»), но и неявные («ambiguous invitations») [2. Р. 117], или «phony invitations» — ложные приглашения [2. Р. 128].

Истинные приглашения совершаются с целью продолжения общения. Ложные приглашения относятся к жанру фатической коммуникации и имеют иную прагматическую функцию и направленность. Предметом нашего исследования являются истинные, или явные приглашения, т.е. приглашения, совершаемые говорящим с намерением в дальнейшем реализовать договоренность. Для русской коммуникативной культуры ложные приглашения в целом менее типичны.

Основой для сопоставительного анализа послужили данные эмпирического исследования, проведенного в виде анкетирования среди американских и русских

информантов (126 и 70 человек соответственно). Эксперимент проводился в формате моделирования диалогического дискурса (Dialogue Production Task): информантам было предложено воссоздать минидиалоги таким образом, какой, по их мнению, является наиболее естественным и адекватным в каждой из вербально описанных ситуаций общения. Было предложено 5 коммуникативных ситуаций.

1. «You are inviting a close friend of yours to your place to dinner» / «Вы приглашаете близкого друга/подругу к себе домой на ужин».

2. «A new neighbor has just moved in and s/he is inviting you to a dinner party s/he is arranging for the neighborhood» / «Новый сосед по дому приглашает вас в гости, чтобы лучше познакомиться».

3. «Your Mother (Granny) is inviting you round to dinner» / «Ваша мама (бабушка) приглашает вас на ужин».

4. «You've just won the Sales Person of the Year prize and are throwing a dinner party to celebrate it. You're inviting your boss to this party» / «Вы получили солидную премию и хотите отметить это вместе с другими сотрудниками компании. Вы приглашаете своего руководителя на это мероприятие».

5. «Your boss is inviting you to his/her place to celebrate his/her anniversary» / «Ваш руководитель приглашает вас на праздник по случаю юбилея».

Предложенные ситуации характеризуются тождеством иллюкутивной цели (приглашение), но отличаются ролевыми отношениями между коммуникантами, наличием между ними социально-психологической (горизонтальной) и/или статусной (вертикальной) дистанции. Так, в ситуации 1 общение проходит в условиях социально-психологической и статусной симметрии между коммуникантами. В ситуации 2 коммуникантов разделяет социально-психологическая (горизонтальная) дистанция, т.к. они незнакомы. В ситуации 3 между собеседниками существует статусная (вертикальная) дистанция, т.к. у них разный возраст. В ситуациях 4 и 5 представлено общение в деловой, профессиональной сфере между коммуникантами, разделенными статусной (начальник — подчиненный) и социально-психологической дистанцией. Наличие горизонтальной дистанции в последних ситуациях детерминировано индивидуальными особенностями отношений с руководством каждого из информантов.

В данной статье мы приводим основные результаты сопоставительного анализа особенностей реализации приглашения в вышеуказанных ситуациях в американской и русской коммуникативных культурах. Обратимся к наиболее интересным наблюдениям.

Как в американской, так и в русской коммуникативной культуре при выражении приглашения информанты использовали три основных типа высказываний: побудительные, вопросительные и декларативные. Тем не менее, частота использования высказываний каждого типа в ответах американцев и русских неодинакова.

Основным способом выражения приглашения в **американской коммуникативной культуре** являются вопросительные высказывания. В нашем материале вопросительным конструкциям отдали предпочтение в среднем 56% американских информантов.

Интересно отметить, что вопросительные высказывания оказались наиболее типичной формой выражения приглашения в ситуациях 1 и 3, т. е. при общении между близкими людьми. Так, приглашая близкого друга/подругу, 87% информантов использовали для этой цели вопрос. 67% информантов прибегли к вопросительным конструкциям, приглашая детей/внуков. Наиболее часто информанты интересовались желанием адресата принять приглашение (*Do you want...? / Would you like...? / Would you be interested...?*) (в среднем 34,3%). Также встречались вопросы о возможности адресата (*Can/Could you...? / Will/Would you be available...? / Are you free...? / Would you be free...?*) (14,1%), вопросы-предложения (*How about...? / Why don't you...?*) (4%), а также вопросы о намерении приглашаемого (*Will/Would you come?*) (3,1%).

Побудительные высказывания оказались наименее предпочтительной формой выражения американского приглашения и составили всего в среднем 12%. Наиболее часто побудительные конструкции встречались в приглашениях, адресованных детям/внукам (21%), а также при приглашении руководителя (18%). В остальных ситуациях высказывания с семантикой прямого побуждения встречались в единичных случаях. Как правило, побудительные конструкции содержали императив (*Come join us*), нередко сопровождающийся модификатором *please*, стоящим в препозиции (*Please come*), а также модальные глаголы (*You should come... / You ought to come*).

**В русском материале**, наоборот, побудительные, главным образом императивные высказывания оказались преобладающим способом выражения приглашения и составили в среднем 48,4%, что в 4 раза больше, чем в американских приглашениях. Наиболее часто побудительные высказывания встречались в приглашениях, адресованных близким людям. Так, 77% русских информантов использовали формулы, содержащие прямое побуждение, приглашая детей/внуков (что в 4 раза чаще, по сравнению с американцами), 74% — при приглашении близкого друга/подруги (т.е. более, чем в 15 раз чаще) (*Приходи на ужин / Приезжай в гости*). Среди побудительных встречались также высказывания со значением совместного действия: *Давай поужинаем / Давай отметим вместе* (6% в ситуациях 1 и 4,4% в ситуации 2). В американском материале приглашения со значением совместного действия (*Let's...*) практически не встречались (менее 0,8%).

Приглашения в виде вопроса использовались русскими информантами достаточно редко — в среднем 11% (ср. 56% в американском материале). Чаще всего вопрос встречался в приглашениях, адресованных близкому другу/подруге (23%) и новому соседу (17%). При этом в русском материале во всех ситуациях вопросительные формулы отличались значительно меньшим разнообразием, чем в американском. Кроме того, если американские информанты, приглашая, интересовались в первую очередь желанием или возможностью адресата (*Do you want...? / Would you like...? / Would you be interested...? / Can/Could you...?*), то абсолютное большинство русских информантов, использовавших вопросительные конструкции, отдали предпочтение вопросам о намерении приглашаемого (*Зайдешь в гости? / Заглянешь к нам на ужин?*)

Декларативные высказывания оказались на втором месте по частоте использования как в американском, так и в русском материале. Их использовали 40% американских и 36% русских информантов (приглашая начальника — 53% и 66%, приглашая подчиненного — 48% и 83%).

Полученные результаты позволяют предположить, что в обеих культурах декларативные высказывания более типичны при общении в условиях дистантных отношений. Как в американской, так и в русской коммуникации декларативные высказывания, как правило, являлись субъектно-ориентированными. В то же время из декларативных высказываний в американских приглашениях преобладали те, в которых внимание акцентировалось на желании говорящего (*I'd like (love) (for) you to... / I'd like (love) to... / I'd like it if... / I hope...*) (19%). В русских — высказывания с перформативным глаголом *приглашать* (*Я приглашаю... / Я хочу пригласить... / Я хотел бы пригласить*) (25,2%). Высказывания о желании говорящего (*Я буду рад... / Я жду... / Надеюсь...*) в приглашениях русских информантов встречались в два раза реже. Американские информанты использовали конструкции с глаголом *invite* лишь в 5% ответов (*I invite... / I want to invite... / I'd like to invite...*).

Как в американской, так и в русской коммуникации при наличии дистанции (ситуации 2, 4 и 5) приглашающие прибегали к использованию формы сослагательного наклонения. Американские информанты в своих ответах использовали для выражения инвитивной интенции конструкции в форме сослагательного наклонения (*It would be great if... / I'd like to... / Could you...?*) значительно чаще, чем русские.

Так, форма сослагательного наклонения присутствовала в ответах в среднем 45% американских информантов. В русских приглашениях сослагательное наклонение (*Я бы хотел пригласить... / Я был бы рад...*) встречалось в 6 раз реже — в среднем в 7,4% ответов.

В целом можно отметить, что ответы американских информантов отличаются значительно бóльшим разнообразием использованных формул и языковых средств реализации приглашения. Ответы русских информантов являются в большинстве своем однотипными.

#### **СОПОСТАВЛЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ АМЕРИКАНЦАМИ И РУССКИМИ В РА ПРИГЛАШЕНИЕ**

Выявленные различия в выборе языковых средств свидетельствуют о разных коммуникативных стратегиях, используемых в данном РА в сопоставляемых коммуникативных культурах.

Так, американские коммуниканты при приглашении активно используют стратегии негативной вежливости [3], или вежливости дистанцирования, в терминах Т.В. Лариной [4], направленных на то, чтобы продемонстрировать собеседнику признание его независимости, свести к минимуму коммуникативное воздействие на него. К основным из них относятся: «Выражайтесь косвенно»; «Задавайте вопросы, будьте уклончивы»; «Предоставляйте слушающему выбор, возможность не совершать действие»; «Минимизируйте давление на адресата» [Там же].

Основная тактика американских коммуникантов — сделать приглашение максимально косвенно, непрямойно (стратегия «Выражайтесь косвенно»). В связи

с этим в американской культуре формы повелительного наклонения при приглашении весьма ограничены (стратегия «Минимизируйте давление на адресата»). Они возможны при неформальном общении, однако не так частотны, как в русской коммуникации.

Как показал наш анализ, употребление императива возможно в тех случаях, когда коммуниканты приходится друг другу близкими друзьями или родственниками: *Come on down for dinner* (бабушка — внуку) / *Hi sweetie, come have dinner with me tonight* (мать — дочери).

Употребляя императив, американцы часто сопровождают его модификатором *please*, который ставится перед императивом и имеет более сильное значение, чем когда стоит в постпозиции: *I'm making a dinner. Please, come by* (бабушка — внучке). Также малоупотребительны и приглашения, содержащие перформативный глагол *invite*, т.к. в них говорящий прямо сообщает собеседнику о своем намерении: *I'd like to invite you to a dinner party I am having for the neighbors*.

Наиболее часто американские приглашения осуществляются в форме вопроса о желании или возможности адресата совершить действие: *I'm having a few of the neighbors over for dinner tonight, would you like to join us?* (стратегии «Задавайте вопросы, будьте уклончивы»). Поскольку вопрос по своей семантике предполагает возможность как утвердительного, так и отрицательного ответа, задавая его, говорящий дает возможность собеседнику ответить по его усмотрению, то есть предоставляет выбор (стратегия «Предоставляйте слушающему выбор, возможность не совершать действие»).

Нельзя не отметить, что выбор формы глагола влияет на степень косвенности: глаголы в сослагательном наклонении увеличивают ее, так как они выражают гипотетичность, предположительность, сомнение в возможности или желании адресата совершить действие: *Can you come to dinner on Monday?* (Ты можешь прийти ко мне на ужин в понедельник?) / *Could you come to dinner with us?* (Ты могла бы прийти поужинать с нами?) Еще большая косвенность высказывания наблюдается в косвенном вопросе с *I wonder*, где происходит смещение акцента с адресата на самого говорящего: *I was wondering if you'd like to join us?* (букв.: Мне было интересно, хотел бы ты пойти с нами?) / *We were wondering if you would like to go to prom with us?* (Нам было интересно, не хотел бы ты пойти с нами на выпускной?), а также в вопросах с *Do you think*: *I'm having a picnic this weekend to meet our new neighbors! I'm hoping that Sunday will work for everyone — can you and your family make it, do you think?* (Я устраиваю пикник на выходных, чтобы познакомиться с соседями. Надеюсь, воскресенье подойдет для всех. — Как ты думаешь, вы с семьей можете прийти?). Чем больше степень косвенности, непрямости приглашения, тем оно вежливее (стратегия «Выражайтесь косвенно»).

**Русские коммуниканты**, приглашая, прибегают к использованию стратегий дистанцирования значительно реже, чем американцы, обычно при дистантных отношениях. Русские приглашения, как правило, звучат достаточно прямолинейно и реализуются в большинстве случаев с использованием императива и перформативного глагола (*Приходи / Я тебя приглашаю*), что говорит о воздействии говорящего на адресата.

В отличие от американцев, стремящихся при приглашении максимально снизить коммуникативное воздействие на адресата, русские, наоборот, не только не стараются выразить свои интенции косвенно, но и часто проявляют настойчивость, не предоставляют собеседнику возможность отказаться от приглашения, используют дополнительные средства воздействия: *обязательно, непременно приходи, отказы не принимаются*. Вполне естественно, если приглашаемый просто ставится перед фактом: *Я обязательно жду тебя на ужин* (мама — сыну). В американской коммуникативной культуре подобное проявление настойчивости, типичное для русской коммуникации, недопустимо и могло бы быть воспринято как «эмоциональный шантаж» [5. С. 129].

Об отсутствии у русских коммуникантов стремления косвенно выразить свои намерения свидетельствует также низкая вариативность языковых средств реализации РА *Приглашение* в русской коммуникативной культуре.

Таким образом, проанализированный материал позволяет сделать вывод о том, что в РА *Приглашение* американские коммуниканты активно используют стратегии вежливости дистанцирования, стремятся избежать воздействия на собеседника, с помощью различных языковых средств продемонстрировать уважение к его личной автономии, акцентируют внимание на желании самого адресата. Русские коммуниканты используют указанные стратегии реже, приглашают прямо и настойчиво, не предоставляют возможности не совершать действие, используют различные средства воздействия на адресата, акцентируя внимание на желании говорящего.

Знание отмеченных особенностей реализации РА *Приглашение* позволит русским коммуникантам при общении с американцами верно интерпретировать коммуникативные намерения американских собеседников, а также приблизить свое поведение при приглашении в различных контекстах общения к требованиям американской вежливости, т.е. повысить дискурсную, а также межкультурную коммуникативную компетенцию.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ларина Т.В. Прагматика английского приглашения: межкультурный аспект // *Жанры речи: Сборник научных статей*. — Саратов: Наука, 2009. — Вып. 6: Жанр и язык. — С. 307—317.
- [2] Wolfson, Nessa, D'Amico-Reisner L., Huber L. How to arrange for social commitments in American English: the invitation // Wolfson, Nessa and Judd, Elliot (eds). — 1983. — P. 116—128.
- [3] Brown P., Levinson S.D. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- [4] Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. — М.: Рукописные памятники древней Руси, 2009.
- [5] Байрак Н.В. Особенности организации ситуации приглашения в британской языковой культуре: Дисс. ... к.ф.н. — Воронеж, 2006.

## THE SPEECH ACT OF INVITATION IN THE AMERICAN AND RUSSIAN COMMUNICATIVE CULTURES (results of an empirical research)

**E.B. Schelchkova**

Department of Foreign Languages  
Faculty of Philology  
Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

This paper deals with the features of the speech act of *Invitation* in the American and Russian communicative cultures. Based on an empirical research, it compares the communication strategies and the linguistic means Americans and Russians use when making an invitation.

**Key words:** speech act, invitation, communication strategies, negative politeness.

### LITERATURE

- [1] *Larina T.V.* Pragmatica angliyskogo priglaseniya: mezhekulturny aspekt // Zhanry rechi: Sbornik nauchnykh statey. — Saratov: Nauka, 2009. — Vyp. 6: Zhanr i yazik. — S. 307—317.
- [2] *Larina T.V.* Kategoriya veshlivosti i stil kommunikatsii: Sopostavlenie angliyskikh i russkikh lingvokulturnykh traditsiy. — M.: Rukopisnye pamiatniki drevney Rusi, 2009.
- [3] *Bairak N.V.* Osobennosti organizatsii situatsii priglaseniya v britanskoy yazykovoy kulture: Diss. ... k.f.n. — Voronezh, 2006.