



Татьяна Ларина

**Категория вежливости
и стиль коммуникации**

«Языки Славянской Культуры»

2009

Ларина Т. В.

Категория вежливости и стиль коммуникации / Т. В. Ларина —
«Языки Славянской Культуры», 2009

Книга посвящена актуальной проблеме изучения национально-культурных особенностей коммуникативного поведения представителей английской и русской лингво-культур. В ней предпринимается попытка систематизировать и объяснить данные особенности через тип культуры, социально-культурные отношения и ценности, особенности национального мировидения и категорию вежливости, которая рассматривается как важнейший регулятор коммуникативного поведения, предопределяющий национальный стиль коммуникации. Обсуждаются проблемы влияния культуры и социокультурных отношений на сознание, ценностную систему и поведение. Ставится вопрос о необходимости системного изучения и описания национальных стилей коммуникации в рамках коммуникативной этностилистики. Книга написана на большом и разнообразном фактическом материале, в ней отражены результаты научного исследования, полученные как в ходе непосредственного наблюдения над коммуникативным поведением представителей двух лингво-культур, так и путем проведения ряда ассоциативных и эмпирических экспериментов. Для специалистов в области межкультурной коммуникации, прагматики, антропологической лингвистики, этнопсихолингвистики, сопоставительной стилистики, для студентов, аспирантов, преподавателей английского и русского языков, а также для всех, кто интересуется проблемами эффективного межкультурного взаимодействия.

© Ларина Т. В., 2009

© Языки Славянской Культуры, 2009

Содержание

Предисловие	6
Литература	9
От автора	10
Введение	12
Глава 1	16
1.1. Культура и стиль коммуникации	16
1.1.1. Коммуникативная этностилистика и предмет ее изучения	16
1.1.2. Национальный стиль коммуникации: определение и параметры описания	17
1.2. Изучение культуры в свете коммуникативных задач	22
1.2.1. Содержание понятия «культура»	22
1.2.2. Параметры измерения культур	24
1.2.3. Культура и социальные отношения	28
1.2.4. Культура и коммуникация	31
1.3. Культура и культурные ценности	35
1.3.1. Типы ценностей	35
Конец ознакомительного фрагмента.	36

Татьяна Викторовна Ларина

Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингво-культурных традиций

Предисловие

Когда я читаю замечательную книгу Татьяны Лариной, мне часто приходит в голову заглавие стихотворения польского поэта Мирона Биалосшевского «Sprawdzone soba» – «Проверенное собой». Все, о чем пишет Ларина, глубоко созвучно с моим личным опытом как обитателя двух культурных миров: мира английского языка и, в моем случае, польского языка.

Ларина, разумеется, сопоставляет культурный мир английского языка с миром русского, не польского языка. Но, во-первых, польские культурные и коммуникативные нормы гораздо ближе русским, чем англосаксонским, и многое из того, что Ларина пишет о русских нормах, в сопоставлении с нормами английского языка, относится точно также к польскому языку и преобладающим польским стилям общения.

Во-вторых, то, о чем я могу уверенно сказать: «проверенное собой» – это глубина и значимость тех различий в коммуникативных стилях, о которых речь идет в книге Лариной. Само по себе условное слово «вежливость» не дает никакого понятия о том, как важны обсуждаемые здесь различия для жизни многих людей, и об этом, я думаю, могут свидетельствовать лучше всех иммигранты, живущие в англоязычных странах – в частности, русские иммигранты (см., например, [Gladkova 2007]), и, конечно, также другие (см., например, [Hoffman 1989; Pavlenko 2005, ed. 2006; Besemeres and Wierzbicka, eds. 2007; Wierzbicka 2006a]).

Но хотя иммигранты, живущие повседневно в сфере английского языка, сталкиваются с этими различиями больше всех, эти различия имеют также, потенциально, огромное значение для миллионов людей, которые не живут в англоязычных странах, но которые пытаются войти в контакт с англоязычным миром посредством изучаемого ими языка.

Дело, разумеется, в том, что английский язык стал в последние десятилетия глобальным языком во многих областях жизни: в науке, в интернете, в воздушном транспорте, в международном бизнесе и т. д. Спрос на английский язык во многих странах мира все время растет, и Россия в этом отношении отнюдь не исключение.

Но что такое «английский язык» – только английский словарь и английская грамматика? Конечно, нет. Английский язык – это также особые нормы общения, связанные с особой, исторически сложившейся англосаксонской культурой.

Разумеется, чем шире распространяется в мире употребление английского языка, тем более он внутренне дифференцируется, так что многие говорят теперь, не без оснований, об «английских языках» (Englishes) во множественном числе. Тем не менее по-прежнему имеет смысл говорить также об «английском языке» в единственном числе и об «англосаксонской культуре» как о некотором целом, формирующем некоторые центральные коммуникативные нормы в странах, исторически тесно связанных с английским языком, таких как Великобритания, США, Канада, Австралия и Новая Зеландия.

Самым ярким примером глубочайших культурных различий, отражающихся в русской и английской речи и обсуждаемых в книге Татьяны Лариной, является употребление повелительного наклонения для разных коммуникативных целей, таких как просьба, приглашение, указание, совет и многие другие.

Обратимся к примеру. В своем эмпирическом исследовании представлений русских и англичан о естественном языковом поведении Ларина предложила анкетированным дополнить следующий диалог:

[В ресторане:]

Антон: Что ты будешь?

Мария: Не знаю. Давай посмотрим меню.

Антон: Хорошо (официанту)_____

Результаты этой анкеты показали поразжающие различия между русскими и английскими информантами. Итак, **ни один** английский информант не счел возможным обратиться к официанту в повелительном наклонении, даже со словом 'please' – 'пожалуйста' («*Bring me the menu please*»), в то время как большинство русских информантов (60 %) сочло такую фразу самой естественной: «*Принесите, пожалуйста, меню*». С другой стороны, почти все английские информанты (98 %) считают самой естественной формой вопросительные конструкции, для русских соответствующий процент несравненно ниже (40 %).

Обсуждая такие примеры, Ларина замечает, что «одно из основных различий между английской и русской вежливостью касается употребления императива» (с. 262), но, как она сама очень хорошо показывает, суть дела здесь не в «вежливости», а в культурных ценностях. Обращаясь к официанту в вопросительной форме, например, «*Could I see the menu, please?*» (буквально «Мог бы я увидеть меню, пожалуйста?»), говорящий более или менее автоматически ставит выше других ценность личной автономии адресата. Он говорит так, как будто он не знает, принесет официант меню или нет, и как будто он признает, что официант – свободный человек, у которого всегда есть выбор сделать или не сделать то, чего хотят другие (в том числе и посетители ресторана).

Русские информанты также иногда готовы употребить в такой ситуации (в ресторане) вопросительную форму, например «*Можно меню?*», но процент таких ответов среди них гораздо ниже (40 % для русских информантов, 98 % для английских).

Сильная англосаксонская норма избегать императива отмечалась в литературе и раньше, в том числе и в моих собственных работах, где я показывала различия в употреблении императива в английском и польском языках [Wierzbicka 1985; 1991/2003]. Но вряд ли кто-нибудь сделал это так основательно и так наглядно, как это сделала Ларина в ее сопоставлении английского языка с русским.

Дело, конечно, не просто в статистике, а в качественном анализе широкого диапазона ситуаций и подходящих к ним языковых форм, обсуждаемого языкового материала, в богатстве и точности наблюдений и в глубине и тонкости интерпретации.

Языковой материал, обсуждаемый в книге Лариной, наглядно показывает, до какой степени язык насыщен культурой и как глубоко отличается русский мир человеческих отношений, отражающихся в русской речи, от англосаксонского мира.

Маленький пример: обсуждаемое в книге высказывание больного в больнице: «*Сестричка, принесите стаканчик водички*». Естественный английский перевод был бы здесь «*Nurse, could you bring me a glass of water*», буквально «Сестра, Вы могли бы принести мне стакан воды?» (или «*Nurse, could I ask you for a glass of water?*», буквально «Сестра, я мог бы попросить у вас стакан воды?»). На самом деле, в таких переводах теряется русский мир отношений и ценностей, точно так же как в переводах английских просьб, указаний и «команд» на русский язык.

Теплота и «уменьшительность» русских диминутивов («сестричка», «стаканчик», «водички») непереводаема на английский, и эти ди-минутивы также важны для иллокутивной силы высказывания, как и грамматический императив.

Ларина говорит, что «в русской лингво-культурной традиции команда выражается прямо и императивно» (с. 264), в то время как «английские коммуниканты (...) проявляют тенденцию

к большему смягчению своей команды, облачают ее в форму, содержащую иллюзию опции» (с. 265).

С русской точки зрения это в самом деле так, и русским, изучающим английский язык, очень полезно это знать. Но с точки зрения носителей английского языка, это, пожалуй, не совсем так. Во-первых, в их языковом универсуме вообще нет «команды» вне армии (и тому подобных областей жизни). Во-вторых, в мире современного английского языка почти нет «просьбы» как таковой (например, невозможно сказать по-английски «я тебя очень прошу» или «у меня к тебе большая просьба» (см. [Wierzbicka 2006b]). Формы, содержащие «иллюзию опции», это, с точки зрения говорящих, – не просто «формы», а особого рода жанры речи, совмещающие желание говорящего с признанием «опции» слушателя, и эти «опции» не представляются ни говорящему, ни слушателю иллюзорными.

Можно сказать, что и русские диминутивы, и английские вопросительные формы «смягчают» давление на слушателя, связанное с выражением собственного желания, чтобы он что-то сделал. Но это «смягчение» достигается по-разному, не только в смысле разных коммуникативных стратегий, но и в смысле разных культурных ценностей и разных отношений между людьми. (Заметим еще «уважительную» множественную форму глагола в русском – «сестричка, принесите», для которой тоже нет эквивалента в английской версии.)

Все эти русские средства «смягчения» – диминутивы, «вы» – наделены реальным значением и культурными ценностями. Я думаю, что то же самое относится к английским вопросительным формам: они тоже насыщены реальным значением и культурными ценностями.

Но хотя иногда книга Лариной, естественно, принимает скорее русскую точку зрения на различия между русскими и английскими нормами общения, в целом она избегает культурной односторонности и позволяет русскому читателю понимать англоговорящих в их особом, часто удивительном, с русской точки зрения, коммуникативном стиле.

Например, книга прекрасно показывает, почему крайняя «позитивность» многих жанров английской речи и частое использование суперлативных языковых единиц – это не «наигранность» и неискренность (как может показаться русским), а что-то совсем другое. «Стратегии переоценки» адресата (например, "*It looks gorgeous /fantastic/ wonderful/superb /fabulous!*»), базирующиеся на частом употреблении таких экспрессивных слов, как *gorgeous, fantastic, superb, fabulous*, часто выражают, как показывает Ларина, искреннее желание сделать слушателю приятное, и в рамках норм англосаксонской культуры они могут быть вполне уместны и искренни. Различия между русскими и английскими нормами, ожиданиями и «культурными скриптами» в этом отношении прекрасно продемонстрированы в книге. Опять-таки, такие явления обсуждались в литературе и раньше, но вряд ли так основательно и наглядно, как в книге Лариной.

Все, о чем пишет Татьяна Ларина, так интересно и так важно, что хотелось бы упомянуть здесь о многих других аспектах коммуникативных и культурных различий между русской и английской речью, обсуждаемых в книге. Но цель этого предисловия – только дать читателю предвкушение того, о чем идет речь в этой чрезвычайно богатой и захватывающей книге. Так хорошо обоснованное и проникательное исследование коммуникативных и культурных норм, связанных с английским языком, проведенное с точки зрения носителей русского языка, может стать для русских читателей двойным откровением: откровением того, что такое «лингво-культура» английского языка, и того, что такое русская лингво-культура; и как обе эти лингво-культуры своеобразны и глубоко различны.

Анна Вежбицкая

Литература

Besemeres, Wierzbicka 2007 – Translating lives: Living with two languages and cultures / M. Besemeres, A. Wierzbicka, eds. St. Lucia: University of Queensland Press, 2007.

Gladkova 2007 – *Gladkova A.* The journey of self-discovery in another language // Besemeres, Wierzbicka 2007. P. 139–149.

Hoffman 1989 – *Hoffman E.* Lost in translation: A new life in a new language. N. Y.: Dutton, 1989.

Pavlenko 2005 – *Pavlenko A.* Emotions and multilingualism. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

Pavlenko 2006 – Bilingual minds: Emotional experience, expression and representation / A. Pavlenko, ed. Clevedon, United Kingdom: Multilingual Matters, 2006.

Wierzbicka 1985 – *Wierzbicka A.* Different cultures, different languages, different speech acts: Polish vs. English. *Journal of Pragmatics*. 9. 1985. P. 145–178.

Wierzbicka 2003 [1991] – *Wierzbicka A.* Cross-Cultural Pragmatics. 2nd ed. Berlin: Mouton de Gruyter, 2003.

Wierzbicka 2006a – *Wierzbicka A.* English: Meaning and Culture. N. Y.: Oxford University Press, 2006.

Wierzbicka 2006b – *Wierzbicka A.* Anglo scripts against «putting pressure» on other people and their linguistic manifestations // *Ethnopragmatics: Understanding discourse in cultural context* / C. Goddard, ed. Berlin: Mouton de Gruyter, 2006. P. 31–63.

От автора

Всем моим друзьям посвящается

Однажды после многократных попыток привить студентам навык выражать просьбу при помощи традиционного вопроса *Would you mind...?* одна моя студентка возразила: «*и/о так говорят, наверное, только принцессы! Зачем же нам так говорить?*». Эта реплика послужила одним из стимулов в работе над этой книгой, в которой я хотела показать основные различия в английском и русском поведении и объяснить причины того, почему люди не только говорят на разных языках, но и пользуются языком по-разному, и как их следует при этом понимать. Зная, почему именно так, а не иначе представители другой культуры ведут себя в повседневных ситуациях общения, мы можем правильно интерпретировать их поведение и строить свои высказывания в соответствии с их стилем коммуникации. Именно поэтому большое место в этой книге отводится культуре, которая содержит ответы на многие вопросы и дает нам то, что Г. Триандис назвал *правилами игры* [Triandis 1994: 17]: если мы знаем культуру, мы знаем, как играть в эту игру; знание правил при этом не означает, что мы можем предсказать исход игры, но, во всяком случае, мы можем ее понять и в ней ориентироваться.

В этой книге обобщаются и развиваются идеи, изложенные мною в монографии «Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах» (М., 2003). По просьбам читателей основная часть монографии включена мной и в эту книгу. Надеюсь, она объяснит многие особенности в характере и поведении англичан и русских, поможет преодолевать не только языковой, но и культурный барьеры и будет способствовать лучшему взаимопониманию двух народов.

Благодарю всех, кто в разные годы тем или иным образом помогал мне в работе над этой книгой, поддерживал и вдохновлял: доктора филологических наук, профессора кафедры сопоставительного изучения языков факультета иностранных языков Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова Л. И. Богданову; доктора филологических наук, профессора, главного научного сотрудника Института русского языка РАН им. В.В. Виноградова, заслуженного деятеля науки Российской Федерации Е. А. Земскую; доктора филологических наук, профессора, заместителя директора Института русского языка РАН им. В.В. Виноградова Л. П. Крысина; доктора филологических наук, профессора, заведующего кафедрой общего языкознания Воронежского государственного университета И. А. Стернина; ведущего научного сотрудника сектора психолингвистики Института языкознания РАН, доктора филологических наук, профессора Н. В. Уфимцеву; академика МАН ВШ, доктора филологических наук, профессора РУДН Н. М. Фирсову, профессора РУДН Г. Ф. Жидкову и др.

Отдельная благодарность доктору филологических наук, ведущему научному сотруднику, заведующей сектором прикладной лингвистики Института языкознания РАН Н. К. Рябцевой за постоянную поддержку, а также внимательное прочтение моей рукописи, ценные советы и замечания.

Сердечно благодарю всех моих зарубежных коллег и друзей, без помощи и участия которых эта книга вряд ли бы появилась. В первую очередь – директора Центра изучения языков и коммуникации Дублинского университета Тринити колледж профессора Дэвида Литла, профессора Дэвида Синглтона, доктора Сару Смит, профессора университета Кх>бленц-Ландау Мартина Путца, доктора Светлану Куртес из Кембриджского университета, доктора Марию Еленевскую (Технион – Израильский институт технологии), а также Изольду Харпер, Брайона Бакли, Наталью Соловьеву, Дэвида Сандерсена, Терезу Клиффорд-Сандерсен, Анну Сингер и многих других.

Выражаю глубочайшую благодарность и признательность профессору Анне Вежбицкой, которая вдохновляла меня своими книгами, идеями и, благодаря личному участию, оказала огромную поддержку и неоценимую помощь в реализации этого проекта. Также главному редактору издательства «Языки славянской культуры» А. Д. Кошелеву, который способствовал его непосредственному осуществлению.

Большое спасибо моей семье за терпение, понимание и поддержку, а также всем моим студентам и слушателям Российского университета дружбы народов и Московского государственного лингвистического университета за интересные обсуждения, подаренные примеры и постоянный интерес, который был большим стимулом в моей работе.

Введение

*Языку нельзя научить, его можно
только пробудить в душе.*

В. фон Гумбольдт

Успешность и эффективность межкультурного взаимодействия предопределяется не только знанием языка. Язык – лишь первое условие, необходимое для общения. Помимо языка, важно знать культуру народа, его традиции, ценности, понять его мировоззрение и мировосприятие, суметь посмотреть на мир его глазами. Как отмечал А. А. Леонтьев, «чтобы язык мог служить средством общения, за ним должно стоять единое или сходное понимание реальности» [Леонтьев 2003: 272].

Невозможность успешной коммуникации без знания особенностей культуры признана в настоящее время очевидным фактом. Исследователи различных направлений и областей знаний о человеке пришли к выводу, что культура отражается в сознании людей, формирует их мировидение, определяет специфику поведения. Коммуникативное поведение людей является компонентом их национальной культуры, регулируется национальными нормами и традициями, которые имеют глубокие исторические корни.

Интерпретация поведения представителей других культур должна основываться на признании и понимании культурных различий. Собственное поведение в межкультурном общении также должно строиться с их учетом, в противном случае возможны серьезные коммуникативные неудачи. Ошибки, касающиеся нарушения культурных норм, воспринимаются крайне болезненно и могут иметь серьезные последствия. Многие исследователи отмечают тот факт, что в общении с иностранцами люди легко прощают грамматические и лексические ошибки, так как объясняют их недостатком лингвистических знаний, однако очень чувствительны к нарушению этикетных норм, так как полагают, что они были нарушены преднамеренно (см. [Janney, Arndt 1992; Sifianou 1992; Agar 1994 др.]). С. Г. Тер-Минасова в этой связи отмечает, что самое худшее, к чему могут привести ошибки в речи, – это насмешки и снижение репутации человека, ошибки же культурного поведения могут вызвать этнические конфликты, насилие, кровопролитие [Тер-Минасова 2007: 92]. Не случайно поэтому, помимо собственно лингвистического уровня владения языком, исследователи предлагают выделять национально-культурный уровень, предполагающий владение национально обусловленной спецификой использования языковых средств [Беликов, Крысин 2001: 150].

Вопросам культуры, особенно тем ее аспектам, которые непосредственно влияют на коммуникацию, отводится большое место в этой книге, так как знание культуры помогает нам лучше узнать своего партнера по общению, понять его мировосприятие, объяснить его поведение, помогает научиться самим правильно действовать в инокультурном контексте в соответствии с принятыми в нем нормами и традициями, в соответствии с национальным стилем коммуникации.

Коммуникативное поведение, как вербальное, так и невербальное, имеет свои национально-специфические особенности не только из-за различий в средствах коммуникации, но и из-за различий в механизме их выбора, предпочтительности и частотности их употребления в тех или иных ситуациях общения. Выбор средств коммуникации в процессе общения не является свободным. Как отмечал Э. Сепир, «чувство почти безграничной свободы, ощущаемое индивидом при пользовании своим родным языком, находится как бы на сдерживающем поводе у какой-то регулируемой нормы» [Сепир 1993: 137]. Эта регулируемая норма имеет социокультурную природу и в межкультурном общении предопределяется типом культуры, особенностями социальных отношений, являющихся, по мнению исследователей, важ-

нейшими параметрами культуры [Hofstede 1984, 1991], культурными ценностями, которыми руководствуются носители данной культуры в повседневной деятельности, в том числе и коммуникативной. На это указывает Ю. С. Степанов: «Принцип отбора лежит не в языке, а вне его, в организации общества, в том, какие ситуации общество считает типичными, и в том, какого поведения оно требует от человека в этих типичных ситуациях» [Степанов 1975: 202].

Национальные особенности коммуникативного поведения, с которыми мы сталкиваемся в межкультурном общении, представляют собой закрепленные традицией коллективные привычки народа, проявляющиеся в выборе и предпочтительности употребления в процессе межличностного взаимодействия тех или иных коммуникативных стратегий и средств коммуникации (как вербальных, так и невербальных), в результате чего вырабатывается *национальный стиль коммуникации*, или *коммуникативный этностиль*. Выделение стилиевых черт, коммуникативных доминант, а на их основе – описание национальных стилей коммуникации позволяет обобщить и систематизировать национально-культурные особенности общения, проследить их логику, представить их в виде цельной системы.

Стиль, как известно, формируется под влиянием экстралингвистических факторов – тех явлений внеязыковой действительности, в которых протекает общение. Национальный стиль коммуникации формируется под влиянием социально-культурных отношений, культурных ценностей, норм и традиций, характерных для определенной культуры, особенностей национальной системы вежливости. Важнейшим стилеобразующим фактором выступает культура. Тип культуры, к которому принадлежат собеседники, является основополагающей причиной различий в их коммуникативном поведении. Интерпретация поведения представителей другой культуры должна основываться на знании причин этого поведения, которые кроются в важнейших культурных различиях. Рассмотрению этих различий посвящена первая глава книги.

Национальный стиль коммуникации непосредственно связан с категорией вежливости, которая, несмотря на свою универсальность, является национально-специфической и также предопределяется культурой народа. Обращение к категории вежливости в межкультурном аспекте имеет чрезвычайно важное значение. Коммуникация, как известно, это не только обмен информацией, но также средство демонстрации отношений. Чисто информативная речь является скорее исключением, чем правилом. Многие проблемы межкультурной коммуникации возникают именно из-за неумения собеседников продемонстрировать свое отношение друг к другу в соответствии с нормами данного общества и конкретными ожиданиями партнера.

Исследования по этноцентризму показали, что всем людям свойственно считать происходящее в своей культуре естественным и правильным, а то, что происходит в других культурах, неестественным и неправильным; рассматривать обычаи своей группы как универсальные; считать свои нормы и ценности безусловно верными. Незнание национально-культурной специфики поведения представителей иных культур, причин, лежащих в его основе, приводит к отрицательным оценкам и характеристикам, к появлению этнических стереотипов и предрассудков. Одним из таких стереотипов является стереотип о грубых русских и чрезмерно вежливых и неискренних англичанах.

Стереотипы в общении возникают на основе ограниченного опыта в результате стремления делать выводы на базе ограниченной информации [Андреева 2000: 128]. Этнические стереотипы могут быть серьезным барьером в межкультурной коммуникации. Они порождают определенные ожидания в отношении того, как представители другой культуры будут действовать в процессе общения, и во многом определяют отношение к ним. Они могут отражать те или иные реальности, но в целом они не тождественны ни национальному характеру, ни тому представлению, которое данный народ имеет о самом себе. К сожалению, не могут отказаться от стереотипов и некоторые исследователи. Так, Ш. Танака и С. Каваде выделяют вежливые и невежливые общества [Tanaka, Kawade 1982: 18], А. Ю. Муратов отмечает, что англий-

ский язык, как и культура в целом, во многих отношениях более вежливый, чем русский язык [Муратов 2000: 240–241].

В предлагаемом исследовании утверждается мысль о том, что неправомерно говорить об одном народе как о более вежливом или менее вежливом по сравнению с другим. Каждый народ вежлив по-своему с точки зрения своих национальных норм поведения, определяемых особенностями социально-культурных отношений, культурными ценностями, национальным сознанием. Насколько строго представители той или иной культуры следуют нормам и как легко их нарушают, это отдельный вопрос, который касается не вежливости, а невежливости. В данной книге он рассматриваться не будет. Отметим лишь, что, сопоставляя поведение англичан и русских в повседневных ситуациях общения (в транспорте, на улице, в магазине), легко заметить, что англичане более строго придерживаются существующих норм, русские легче их нарушают. Очевидно, это связано с социальными характеристиками общества, с разной степенью сформированности среднего класса.

Вежливость, теоретической стороне которой посвящена вторая глава, рассматривается нами как универсальная коммуникативная категория, представляющая собой систему национально-специфических стратегий поведения, направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соответствующих ожиданиям партнера. Она является центральной коммуникативной категорией, поскольку выступает регулятором поведения людей и предопределяет выбор единиц вербальной и невербальной коммуникации. Знание действия этого механизма позволяет ориентироваться и функционировать в инокультурном коммуникативном пространстве.

В данной книге я опираюсь на хрестоматийные работы П. Браун и С. Левинсона [Brown, Levinson 1978, 1987], которые, несмотря на критику, направляемую в их адрес с момента их публикации и до наших дней, по-прежнему остаются наиболее значимыми в данной области и дают нам эффективный инструмент для понимания коммуникативного поведения собеседников в процессе общения. При этом ставится цель показать, что, хотя категория вежливости носит универсальный характер, конкретная ее реализация имеет национальную специфику, свидетельством чему является тот факт, что стратегии вежливости, характерные для английской коммуникативной культуры, не всегда и не в полном объеме используются в русском общении.

Сопоставительный анализ коммуникативного поведения англичан и русских в однотипных ситуациях общения приводится в третьей и четвертой главах, посвященных двум типам вежливости – «негативной вежливости» (или вежливости дистанцирования) и «позитивной вежливости» (вежливости сближения). Здесь рассматриваются особенности английской и русской коммуникации и делается попытка показать, как регулярное употребление тех или иных стратегий вежливости приводит к выработке определенных коммуникативных доминант и в итоге – к формированию *национальных стилей коммуникации*.

Предвидя возможные возражения читателей, заранее уточним, что мы учитываем тот бесспорный факт, что нацию как целое формируют различные социальные слои, имеющие свои каноны общения, кроме того, поведение каждого человека имеет свои индивидуальные особенности. В данном случае речь идет о типизированном поведении «типизированного человека в типизированных условиях» [Винокур 2005: 50]. Говоря в дальнейшем об английском и русском стилях коммуникации, мы имеем в виду «типизированных» носителей литературного языка и поведение, характерное для них в повседневных ситуациях общения. Признавая тот факт, что социально обусловленная вариативность средств обнаруживается даже в такой подсистеме национального языка, как литературный язык, и что современные литературные языки, по справедливому замечанию Л. П. Крысина, не представляют собой абсолютно однородных языковых образований [Крысин 2004: 308–309], полагаем, что всё же правомерно говорить о наличии и возможности выделения неких коммуникативных доминант, отличающих поведение представителей одной лингво-культуры от другой и в совокупности форми-

рующих национальный стиль коммуникации. Поскольку социально обусловленная вариативность средств особенно характерна для периодов социальных перемен, свидетелями чего мы являемся в настоящее время, речь в книге идет именно о лингво-культурной традиции, о том, как традиционно ведут себя и что говорят в тех или иных условиях общения представители двух культур, что традиционно считают вежливым, а что невежливым. Это уточнение касается прежде всего русского стиля коммуникации, который, как и русский язык, переживает в наше время период ощутимых трансформаций.

Когда речь идет об английском языке и английской коммуникативной культуре, имеется в виду главным образом британский английский и англосаксонская культура, многие черты которой в той или иной мере характерны и для других вариантов английского языка и для других англоязычных культур, которые заслуживают отдельного изучения и описания. Таким образом, здесь также имеет место некоторая типизация, тем более, что и язык, на котором говорят в Великобритании, как и ее культура, не отличаются однородностью.

С учетом сделанных оговорок, все же исходим из того, что каждая культура в зависимости от социальной организации и господствующих в ней ценностей привязана к определенному стилю коммуникации. Национальный стиль коммуникации – это такая же объективная данность, как и национальный язык. В нем отражается коммуникативное сознание народа, его культурные ценности и традиции. Описание национальных стилей коммуникации, или коммуникативных этностилей, выделение стилеобразующих черт, а также выявление экстралингвистических факторов, формирующих их, дает возможность обобщить набор разрозненных фактов, представить коммуникативное поведение народа в виде целостной и логичной системы, что может стать хорошим ориентиром в межкультурном общении.

Важнейшую роль в межкультурной коммуникации играет признание относительности собственных культурных ценностей, норм и привычек и способность к межкультурной рефлексии, т. е. к умению правильно интерпретировать поведение собеседника с позиций норм и ценностей его культуры. Понимание причин различий в коммуникативном поведении, знание основных черт коммуникативных стилей позволяет не только лучше понять другой народ, но и самих себя, что способствует взаимопониманию людей в целом.

Глава 1

Культура как стилеобразующий фактор

1.1. Культура и стиль коммуникации

1.1.1. Коммуникативная этнотилистика и предмет ее изучения

В последние два-три десятилетия национально-культурные особенности поведения, которым уделяется повышенное внимание, стали объектом наблюдения и изучения различных научных дисциплин – лингвистики, психолингвистики, культурологии, социологии, этнологии, когнитивистики, межкультурной коммуникации, антропологии и др. Этот факт не является случайным, поскольку подобные исследования могут проводиться только на междисциплинарном уровне с учетом данных самых разных наук о человеке. В то же время подобная многоаспектность приводит к некой раздробленности, когда лингвисты не всегда учитывают данные социологии или этнопсихологии, а этнологи или антропологи недооценивают факты языка. Нет достаточной интеграции и в области лингвистических исследований, где речевая деятельность рассматривается в рамках стилистики, прагматики, социолингвистики, психолингвистики, теории коммуникации. Высказывается мнение о том, что интегративную роль могла бы выполнять риторика как наука о речевом поведении, либо новая наука – речеведение.

Если говорить об изучении особенностей коммуникативного поведения в межкультурном аспекте и назревшей задаче обобщения и систематизации выявленных национально-культурных особенностей общения и объяснения их причин, то, думается, решение данной задачи могло бы взять на себя новое научное направление – *коммуникативная этнотилистика*, объектом изучения которой должно стать коммуникативное поведение представителей различных лингво-культур, точнее – социально и коммуникативно значимое варьирование коммуникативного поведения в межкультурном аспекте; предметом – национально-культурные средства коммуникации (вербальные и невербальные), формирующие в совокупности *национальный стиль коммуникативного поведения*, или *коммуникативный этностиль*, а также факторы, предопределяющие его.

Ни риторика, ни речеведение полностью не дублируют коммуникативную этнотилистику. Риторика – это все же традиционно наука об ораторском искусстве, о законах построения речи, о коммуникативном идеале. В данном же случае рассматривается вопрос не только нормы, но и реального функционирования языка в самых широких коммуникативных контекстах, которое может и не совпадать с нормой. Кроме того, объектом исследования коммуникативной этнотилистики является не только вербальная, но и невербальная коммуникация, существенный акцент делается на экстралингвистические аспекты. Данное направление не совпадает также и с речеведением. С одной стороны, оно уже, поскольку в центре его внимания – не речевое поведение в целом, а национально-культурные особенности поведения представителей различных лингво-культур; с другой – шире, поскольку, как уже отмечалось, исследуется не только речь, но и средства невербальной коммуникации, а также самый широкий круг факторов, влияющих на коммуникативное поведение народа и во многом предопределяющих его.

Подобно тому, как лингвистическая стилистика призвана решать, «что из богатого арсенала языковых средств и в каких условиях уместно, пригодно, целесообразно, а что – неуместно, нецелесообразно» [Крылова 2006: 11], коммуникативная этнотилистика, на наш взгляд, призвана решать, что из богатого арсенала коммуникативных средств (вербальных и

невербальных) и в каких условиях уместно, пригодно, целесообразно в том или ином культурном контексте, другими словами, какие национально-специфичные особенности коммуникативного поведения отличают представителей той или иной лингво-культуры, какой тип коммуникативного поведения для них характерен.

Прагматика, а проблемы понимания и функционирования коммуникативных средств относятся именно к этой области, неразрывно связана со стилистикой. Г. В. Колшанский предлагал считать ее разделом стилистики и риторики, разрабатывающих критерии оценки и способы достижения тех или иных целей в построении текста в различных аспектах [Колшанский 2005: 136]. На связь стилистики и прагматики указывает Ю. С. Степанов: «Прагматика занимается особыми, только ей присущими вопросами, которыми не занимается синтактика и семантика, и вопросы эти – те же, что и в традиционной стилистике и в еще более старинной риторике: выбор языковых средств из наличного репертуара для наилучшего выражения своей мысли или своего чувства, выражения наиболее точного, или наиболее красивого, или наиболее соответствующего обстоятельствам, или, наконец, для наиболее удачной лжи; для наилучшего воздействия на слушающего или читающего – с целью убедить его, или взволновать и растрогать, или рассмешить, или ввести в заблуждение и т. д. и т. п.» [Степанов 1981: 325–326].

Важнейшей задачей коммуникативной этностилистики должно стать описание *национальных стилей коммуникации*, или *коммуникативных этностилей*. Необходимость слова *коммуникативная* в названии данного направления, возможно, временна, если коммуникативно-прагматический подход станет доминирующим и лингвистика «будет строиться как всеобъемлющая теория языковой коммуникации» [Schmidt 1975, цит по: Колшанский 2005: 150].

1.1.2. Национальный стиль коммуникации: определение и параметры описания

Понятие стиля, как известно, не является исключительно лингвистическим: им пользуются искусствоведы, литературоведы, социологи, политологи (ср. *архитектурный стиль*, *музыкальный стиль*, *литературный стиль*, *стиль поведения*, *стиль мышления*, *стиль руководителя*, *стиль ведения переговоров*, также *стиль одежды* и т. д.). Высказывается даже мнение о том, что «стиль и стилистика не имеют отношения к языку, это самостоятельная дисциплина, относящаяся исключительно к циклу человековедческих наук» [Ullmann 1957, цит. по: Брандес 2004: 9]. В том случае, когда стиль рассматривается в языковом аспекте, ученые также подчеркивают, что стиль соотносится не с языком, а с человеком, говорящим на данном языке [Левицкий 2006: 8].

В настоящее время наблюдается большое количество разнообразных определений стиля, в основе которых лежат различные основания. Основанием для выделения стиля в широком понимании являются человек и его деятельность. Известную метафору «Стиль – это человек» Ю. Н. Караулов расшифровывает как двуплановую формулу, «которая включает представление о личности, реализующей определенный *стиль жизни*, отражаемый в *стиле употребления языка*, т. е. соединяет социально-поведенческий контекст с речевым» [Караулов 2002: 22]. М. П. Брандес указывает, что «стиль – явление не объективного, а субъективного мира, это явление второй, человеческой природы, и в этом качестве он относится к миру культуры, т. е. миру вещей в широком смысле, созданному человеком» [Брандес 2004: 17]. Н. К. Рябцева подчеркивает, что «...стиль – явление не только и не столько языка и речи, сколько мышления» [Рябцева 2005: 388].

Заслуживает внимания мысль о том, что «стили характеризуют всякое поведение человека, имеющее семиотическую природу» [Мауенова 1979, цит. по: Бартминьский 2005: 320]. Не случайно поэтому данное понятие может использоваться и уже используется при описании коммуникативного поведения. Так, Г. Е. Крейдлин, в частности, анализируя невербальное

коммуникативное поведение мужчин и женщин, отмечает, что «разумнее говорить не о половых или гендерных стереотипных различиях, а о **разных стилях тендерного коммуникативного поведения**, мужском (маскулинном) и женском (фемининном) и соотносить коммуникативные стереотипы не с полами, а с этими стилями» [Крейдлиен 2005: 42]. Это же можем сказать и о коммуникативном поведении, рассматриваемом в межкультурном аспекте, причем как невербальном, так и вербальном, при анализе которого речь должна идти не об отдельных особенностях и стереотипах поведения, а о **коммуникативных этностильях**, характеризующих коммуникативное поведение того или иного народа. Поскольку поведение каждого человека имеет свои индивидуальные особенности, еще раз подчеркнем, что в данном случае речь идет о типизированном поведении типизированного человека в типизированных условиях.

Независимо от понимания стиля и его определения стиль всегда связан со способом выбора. Если говорить о стиле языка, это – выбор и организация языковых средств в процессе речи, построения текста. Анализируя стиль коммуникации, следует говорить не только о выборе средств, но и о выборе, предпочтительности коммуникативных стратегий, имеющих ту или иную направленность, которые, с одной стороны, предопределяют выбор этих средств, с другой – сами предопределяются социокультурными параметрами, т. е. также являются объектом выбора. Ю. С. Степанов, определяя стиль языка или речи как «вид речи, употребляемый людьми в типовой общественной ситуации», отмечает, что такие виды речи характеризуются, во-первых, отбором языковых средств из общенационального языкового достояния (отбором слов, типов предложений, типов произношения), во-вторых, скрытыми за этими средствами общими принципами отбора, которые лежат вне языка [Степанов 1975: 201]. Он справедливо отмечает, что «характеризовать стили нужно с двух сторон: со стороны языка и со стороны действий человека в определенной общественной ситуации» [Степанов 1975: 202].

В последнее время исследователями предпринимаются интересные попытки по выделению стилей коммуникации (см., например, [Gudykunst, Ting-Toomey 1990; Clyne 1994]). При этом, однако, нет ни единого подхода к их выделению, ни единого терминологического аппарата, что, очевидно, естественно для начального этапа разработки данной проблемы. Остаются открытыми вопросы о том, что понимать под стилем коммуникации, какие методы могут быть положены в основу его описания, какие стилевые черты его формируют. Так, У. Гудикунст предложил свести все национальные особенности коммуникации к четырем стилям, основанным на дихотомическом противопоставлении: *прямой (direct) vs непрямой (indirect)*, *сложный (elaborate) vs краткий (succinct)*, *личностный (personal) vs контекстуальный (contextual)*, *инструментальный (instrumental) vs аффективный (affective)*. Кратко остановимся на том, что под ними понимается.

Прямой/непрямой стили, в понимании У. Гудикунста, связаны с тем, насколько полно и ясно в сообщении говорящего отражены его намерения, интенции. При прямом стиле коммуникации говорящий прямо выражает свои намерения, при непрямом, напротив, они выражены косвенно.

Сложный, или развернутый (elaborate)/краткий, скупой (succinct) стили связаны с количеством речи, которое считается нормой в данной культуре, и ее выразительностью. В разных культурах эта норма различна. Так, многим арабским культурам присущ сложный стиль коммуникации, характеризующийся многословием, использованием богатого, экспрессивного языка в повседневном общении, изобилующего яркими метафорами и сравнениями. Скупой стиль общения, свойственный многим азиатским культурам, характеризуется частым использованием молчания, пауз, которые несут семантическую нагрузку. Стиль коммуникации многих европейских культур не вписывается в данную дихотомию, он занимает промежуточное положение, являясь *умеренным, точным* (в английской терминологии – *exacting*).

Личностный (personal)/контекстуальный (contextual) стили связаны с тем, какую роль в коммуникации играют ролевые отношения между коммуникантами. Для личностного стиля

коммуникации характерно неформальное общение, симметричные взаимоотношения между участниками коммуникации, в центре внимания находится индивид, личность. В связи с этим его можно назвать *личностно-ориентированным*. Подобный стиль коммуникации характерен для индивидуалистических культур, где большую ценность представляет сама личность, а не ее социальный статус. Для контекстуального стиля коммуникации, напротив, характерны формальность, асимметричность, в центре внимания находятся ролевые отношения между участниками общения. Он напрямую связан с таким параметром культуры, как дистанция власти (Power Distance) и, на наш взгляд, может быть назван *статусно-ориентированным*.

Инструментальный (instrumental) /аффективный (affective) (его также можно было бы назвать *эмоционально-интуитивный*) стили связаны с разной целевой установкой общения. Инструментальный стиль ориентирован на говорящего и подчинен достижению цели общения. При аффективном стиле коммуникации большая значимость придается самому процессу общения, достижение цели не ставится на первый план, часть информации передается имплицитно, существенную роль играет невербальная коммуникация (жесты, мимика, телодвижения и т. п.).

Выделенные стили коммуникации, как отмечает У. Гудикунст, отражают и воплощают эмоциональные, моральные, эстетические образцы и нормы той или иной культуры. При этом он поясняет, что в той или иной мере они существуют во всех культурах, вопрос в том, какие являются преобладающими, а это предопределяется типом культуры. Именно тип культуры, который характерен для языковой общности, определяет, какой из стилей коммуникации является в данной общности доминирующим, то есть каждая культура в зависимости от господствующих в ней ценностей привязана к определенному стилю (стилям) общения.

Несмотря на свою неоднозначность, выделенные стили коммуникации, на наш взгляд, имеют большое объяснительное значение, так как помогают понять имеющиеся сходства либо различия в коммуникативном поведении представителей различных лингво-культур в межкультурном аспекте, а также обосновать их существование. В некоторой степени данные стили перекликаются с постулатами

П. Грайса [Grice 1975], поскольку касаются таких параметров коммуникации, как количество, качество, релевантность, ясность речи и др., и убедительным образом показывают, что представление об эффективной коммуникации не универсально, а культурно вариативно.

Предложенная У. Гудикунстом классификация стилей коммуникации дает самую общую схему возможных стилевых различий, она представляет интерес в том плане, что показывает, какие параметры могут быть положены в основу выделения стилей, то есть помогает выделить стилеобразующие черты. Очевидно, этими чертами могут быть: объем текста, способ выражения коммуникативных интенций (прямой / не прямой), субъектно-объектная ориентированность, степень эмоциональности, экспрессивности, степень информативности, целевая установка общения (передача информации или поддержание отношений), степень официальности в общении и др. Данный перечень может быть продолжен.

Стиль, как отмечалось, формируется под влиянием экстралингвистических факторов – тех явлений внеязыковой действительности, в которых протекает общение. Национальный стиль коммуникации формируется под влиянием социально-культурных отношений, культурных ценностей, норм и традиций, характерных для определенной культуры, особенностей системы вежливости, которая в каждой культуре имеет свою специфику.

Важнейшим экстралингвистическим фактором, определяющим стиль коммуникации, является тип культуры. Особенности культуры побуждают ее носителей излагать свои мысли четко либо допускать двусмысленность, быть предельно лаконичными либо многословными, свободно проявлять эмоции либо сдерживать их, строго соблюдать дистанцию в общении или пренебрегать ею и т. д. То, что характерно для одной культуры, часто неприемлемо для другой. Именно поэтому известные максимы П. Грайса, сформулированные для индивидуалисти-

ческих, узкоконтекстных культур (low context cultures в терминах Э. Холла), как и правила вежливости Дж. Лича, не могут быть в той же степени применимы к коллективистским, ширококонтекстным культурам (high context cultures)¹, в частности к русской, поскольку такой тип культуры предопределяет другие коммуникативные особенности, формирует иной стиль коммуникативного поведения.

При изучении национально-культурных особенностей коммуникации первостепенное значение имеет анализ социокультурных факторов, определяющих это поведение, и эти факторы должны быть включены в орбиту лингвистического исследования. Давая прагматическую характеристику вербальной коммуникации, Г. В. Колшанский отмечал, что прагматику речевого общения надо искать не в сфере взаимоотношений языковых знаков, а в сфере взаимоотношений людей, участвующих в коммуникации [Колшанский 2005: 128].

Так как в коммуникации выделяются языковой и поведенческий аспекты, полагаем, что в общем виде национальный стиль коммуникации, или коммуникативный этностиль, можно определить как исторически сложившийся, предопределяемый культурой и закреплённый традицией тип коммуникативного поведения народа, проявляющийся в выборе и предпочтительности определенных средств коммуникации (вербальных и невербальных), используемых в процессе межличностного взаимодействия [Ларина 2007а].

Важно отметить, что между вербальными и невербальными средствами коммуникации, которым отдается предпочтение в той или иной коммуникативной культуре, прослеживается явно выраженная взаимосвязь, на что неоднократно указывалось исследователями [см. Goddard, Wierzbicka 1997; Земская 2004; Крейдлин 2005 и др.] и что свидетельствует о системности коммуникативного этностыля. Так, например, характерная для англичан пространственная дистанция находит отражение и в соблюдении вербальной дистанции, которая у русских, в силу особенностей их культуры, легко нарушается; японские и корейские поклоны при приветствии, демонстрирующие уважение к собеседнику путем собственного принижения, повторяются в стратегии «личного умаления» и на вербальном уровне. Таким образом, можно говорить о двух взаимодополняющих подстилях – вербальном и невербальном, которые в совокупности образуют национальный стиль коммуникации.

Национальный стиль вербальной коммуникации можно определить как совокупность исторически сложившихся и закреплённых традицией особенностей использования языка, характерных для носителей данной лингво-культуры. Он представляет собой совокупность коммуникативных черт, в более широком плане – доминант, формируемых в результате регулярного использования определенных коммуникативных стратегий и предопределяемых ими языковых средств.

Национальный стиль невербальной коммуникации можно определить как совокупность исторически сложившихся и закреплённых традицией особенностей использования средств невербальной коммуникации – проксемических, кинесических, тактильных и др.

В основу описания национального стиля коммуникации могут быть положены разноплановые параметры, связанные с социокультурными, аксиологическими, социолингвистическими, психолингвистическими, лингвистическими и др. характеристиками (как количественными, так и качественными):

- социокультурные (дистантность / контактность; ориентированность на статус / ориентированность на личность, симметричность / асимметричность отношений и др.);

¹ В русской интерпретации термины Э. Холла иногда звучат как «высококонтекстная культура» (high context culture) и «низкоконтекстная культура» (low context culture), что является калькой с английского языка. Однако думается, что в данном случае термины «ширококонтекстная культура» и «узкоконтекстная культура» в большей степени соответствуют русской языковой традиции, согласно которой контекст может характеризоваться как широкий либо узкий, а не высокий и низкий.

- аксиологические (приоритетные ценности данной культуры, влияющие на процесс коммуникации: личная автономия или интимность, уважение к статусу или равенство; правда, искренность или сохранение лица, молодость или старость т. д.);

- социолингвистические (субъектно-объектная ориентированность коммуникантов; степень допустимости прямого коммуникативного воздействия; прямолинейность / косвенность; степень формальности/неформальности (демократичности) в общении и др.);

- психолингвистические (эмоциональная сдержанность/эмоциональная открытость, направленность и функциональная значимость эмоций, степень речевой экспрессивности);

- лингвистические (наличие, выбор и предпочтение тех или иных языковых средств, особенности синтаксической организации высказываний, степень ритуализованности высказываний и т. д.), в том числе количественные характеристики (длина отдельного высказывания, количество реплик, употребляемых в различных ситуациях общения, лаконичность/многословность и т. д.);

- паравербальные (темп речи, громкость, тональность, допустимость и длина пауз, допустимость и роль молчания и т. п.);

- невербальные, включающие:

- проксемика (использование пространства в процессе коммуникации, необходимое количество личной территории);

- кинесика (специфические жесты и частотность их использования, выражения лица, позы, телодвижения);

- тактика (допустимость прикосновений и тактильные жесты).

Предложенный перечень параметров описания коммуникативного этностиля не является окончательным, безусловно, он нуждается в уточнении и дополнительной систематизации, однако очевидно, что только комплексное описание национального стиля коммуникации с самых разных позиций может дать более или менее полное представление о нем. Проследить системность этностиля и объяснить его особенности нельзя без детального изучения и анализа факторов, определяющих его. Важнейшим из его стилеобразующих факторов является культура.

1.2. Изучение культуры в свете коммуникативных задач

1.2.1. Содержание понятия «культура»

В современных гуманитарных науках понятие *культура* является одним из важнейших. Вместе с тем оно настолько сложно и объемно, что его невозможно определить однозначно. В настоящее время специалисты насчитывают более 500 определений культуры, в зависимости от того, какие ее стороны являются предметом рассмотрения (см. [Кравченко 2001: 11]). Само слово *культура* многозначно во всех европейских языках. Раймонд Уильямс, один из основателей культурологии как научной дисциплины, в своей книге *Key words* («Ключевые слова» [Williams 1976], пытаясь определить слово '*culture*', признал, что это одно из самых трудных для определения слов в английском языке.

Культура является предметом изучения всех социальных и гуманитарных наук (истории, социологии, антропологии, этнологии, культурологи, лингво-культурологии, лингвистики и др.), каждая из которых рассматривает определенный ее пласт. Это одна из причин того, что существует такое большое количество определений понятия культура. Другая причина в том, что существуют разные взгляды на культуру.

Наиболее классическое определение культуры, господствовавшее многие десятилетия, было предложено профессором антропологии Оксфордского университета Эдвардом Тайлором [Tylor 1903]: «Культура, или цивилизация, рассматриваемая в широком этнографическом значении, представляет собой сложное целое, включающее познание, верования, искусство, мораль, право, обычаи и некоторые другие способности и привычки, присущие человеку как члену общества. Особенности культуры различных обществ человеческого рода, насколько они в принципе могут быть изучены, являются темой, близкой к изучению законов человеческого мышления и поступков» [Tylor 1903, цит. по: Лурье 1998: 140].

Привлекает своей доступностью и образностью определение, которое дал Клакхон – «Культура для общества – это то же, что память для человека» (Culture is to society what memory is to individuals) [Kluckhohn 1954, цит. по: Triandis 1994: 1]. Подобную мысль высказывал Д. С. Лихачев: «Культура личности формируется в результате деятельности памяти одного человека, культура семьи – как результат семейной памяти, культура народа – народной памяти» [Лихачев 1991: 201]. Ю. М. Лотман также отмечал, что, с точки зрения семиотики, культура представляет собой коллективный интеллект и коллективную память, то есть надындивидуальный механизм хранения и передачи некоторых сообщений (текстов) и выработки новых» [Лотман 2004: 673].

Г. Хофштеде назвал культуру «программным обеспечением ума» (Culture is a software of the mind) [Hofstede 1991], подчеркнув тем самым, что культура определяет сознание человека и руководит его деятельностью.

В российской культурологии существует два основных направления: *ценностный* подход к культуре и *деятельностный*. Согласно первому, культура – это совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеком. При деятельностном подходе культура рассматривается как способ деятельности, как система механизмов, благодаря которым стимулируется, программируется и реализуется активность людей в обществе [Лурье 1998: 155]. Впервые эта мысль была высказана Э. С. Маркаряном, который определил этнические культуры как «исторически выработанные способы деятельности, благодаря которым обеспечивалась и обеспечивается адаптация различных народов к условиям окружающей их природной и социальной среды» [Маркарян 1978: 8–9].

Совместное долгое проживание групп людей на одной и той же территории, их хозяйственная деятельность формируют у них единый образ жизни, стиль поведения, стиль одежды, манеру общения, общее мировоззрение ит.д. В результате формируется самостоятельная культурная система – *этническая культура*. Таким образом, культура – продукт совместной жизнедеятельности людей, система согласованных способов их коллективного существования. В процессе жизнедеятельности и адаптации к окружающей среде люди вырабатывают языки коммуникации, социальные нормы, сплачивающие коллектив в сообщество, правила общежития, нормативный этикет – все то, что регулирует социальную жизнь в данном сообществе, накапливается им и передается из поколения в поколение. Рождаясь в конкретном социуме, человек приобретает принятые в нем правила и нормы как наиболее естественный и правильный способ поведения.

Представляется, что ценностный подход, который рассматривает культуру как «совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеком», с позиций теории межкультурной коммуникации не противостоит деятельностному подходу, а дополняет его и даже является его составляющей. Культурные ценности сказываются на поведении людей, но все же они являются производными. Как подчеркивает С. В. Лурье, составляющими «центральной зоны» культуры являются не верования и ценности, а адаптационно-деятельные модели [Лурье 1998: 220]. Понимание культуры как «способа человеческой деятельности, способа существования людей, имеющего адаптивную природу» [Маркарян 1978: 8–9] позволяет объяснить многие особенности коммуникативного поведения представителей определенной лингво-культурной общности.

Как предмет изучения культурной антропологии культура определяется как совокупность результатов деятельности человеческого общества во всех сферах жизни и всех факторов (идей, верований, обычаев, традиций), составляющих и обуславливающих образ жизни нации, класса, группы людей в определенный период времени [Тер-Минасова 2007: 13]. В то же время культура – это не только результат материального и духовного развития, но и сам процесс сознательной деятельности, в ходе которого изменяется не только окружающая среда, но и он сам [А. С. Мамонтов, С. П. Мамонтов 2005: 27].

Культурное своеобразие проявляется в самых разных сторонах человеческой деятельности. В связи с этим представляется важной идея различать культуру на *глубинном* (*deep culture*) и *поверхностном* (или *внешнем*) (*surface culture*) уровнях [Guirdham 1999], между которыми существует тесная взаимосвязь, ибо культура – это образ жизни людей, и она пронизывает все ее стороны. Поверхностный уровень включает все то, что мы можем наблюдать и воспринимать органами чувств (различия в одежде, еде, архитектуре, музыке, ритуалах, жестах и т. д.), глубинный – то, что скрыто от глаз, но не менее важно, поскольку внешние различия предопределяются глубинными различиями и являются их проявлением. Для формирования взгляда на культуру как на целостную систему, а не совокупность разрозненных фактов, большое значение имеют элементы глубинной культуры, находящиеся в сознании людей (мировоззрение, мораль, традиции, ценности – все то, что нельзя ощутить органами чувств). К элементам глубинной культуры исследователи относят и характерные для данного социума социально-культурные отношения [Guirdham 1999: 50].

Для теории межкультурной коммуникации особое значение имеет та часть культуры, которая связана с нормативно-регулятивными и коммуникативными механизмами. По этой причине социальная организация общества должна быть в центре внимания исследователей, так как именно она регулирует взаимоотношения между членами группы, определяет их социальные роли, дает ключ к пониманию культурных ценностей, а также норм поведения. Через нее можно объяснить многие национально-культурные особенности коммуникации представителей различных культур.

В межкультурной коммуникации важно не столько то, какому из существующих определений культуры отдать предпочтение, сколько понимание того, что дает знание культуры участникам межкультурного общения, оказывающимся в роли интерпретаторов культуры. И здесь важно учитывать, что культура является основным регулятором деятельности людей. Как отмечал Л. С. Выготский, «культура создает особые формы поведения, она видоизменяет деятельность психических функций человека» [Выготский 1960: 45]. По мнению А. Я. Флиера, система социальных норм является квинтэссенцией культуры, порождаемой в процессе накопления и аккумуляции социального опыта, его селекции и выделения наиболее оправдавших себя образцов проявления сознания и осуществления деятельности [Флиер 2000: 39]. Нормативный и поведенческий аспект кладут в основу определения культуры многие авторы, и именно этот аспект имеет особо важное значение для теории межкультурной коммуникации. А. С. Мамонтов и С. П. Мамонтов определяют культуру как сложнейшую, исторически развивающуюся систему норм и взаимоотношений, «сложившихся за сотни тысяч лет внутри биологического вида *Homo sapiens* и направленных на его выживание и совершенствование» [Мамонтов, Мамонтов 2005: 27]. Таким образом, культура предопределяет сознание народа и его поведение, она дает нам ключ к пониманию национально-культурных различий.

Поскольку целью нашего исследования являются различия в коммуникации, помимо понятия *культура*, мы будем использовать предложенное И.А. Стерниным понятие *коммуникативная культура*, которая понимается как *фрагмент национальной культуры, отвечающий за коммуникативное поведение нации* [Стернин, Ларина, Стернина 2003: 9].

1.2.2. Параметры измерения культур

Культура – абстрактное понятие, и описать ее чрезвычайно сложно, но те попытки ее описания, классификации, измерения, которые уже предприняты учеными (Г. Hofstede, Е. Hall, С. Kluckhohn, F. Strodbeck и др.), представляются весьма существенными, поскольку обладают большими объяснительными возможностями.

Г. Хофштеде [Hofstede 1984, 1991] выделил 4 основных параметра, которые могут быть положены в основу классификации культур: индивидуализм / коллективизм; дистанция власти (Power Distance); терпимость / нетерпимость к неопределенности (Uncertainty Avoidance) и мужское/женское начало (masculinity/ femininity). Первые связаны с социальными характеристиками общества и для межкультурной коммуникации имеют, на наш взгляд, первостепенное значение.

В основе деления культур на **индивидуалистические** и **коллективистские** лежит исторически сложившийся уровень дистанции между членами общества (в данном случае речь идет о горизонтальной дистанции). В индивидуалистических культурах дистанция больше, в коллективистских – меньше. Эти различия находят отражение в идеологии, в восприятии своего «я», в типе взаимоотношений между членами общества, в системе воспитания, в культурных ценностях, в образе жизни, в поведении, в том числе и коммуникативном, и т. д.

В индивидуалистической культуре преобладают интересы индивида, «я» стоит выше, чем «мы», индивидуальные цели важнее групповых. Семья состоит из родителей и их детей (малая семья, или нуклеарная). Цель воспитания ребенка в семье – сделать его самостоятельным, независимым, в том числе и от родителей. Независимо от достатка семьи дети рано начинают зарабатывать деньги, рано покидают дом родителей, после ухода детей из семьи контакты с родителями сводятся до минимума. Карьера человека зависит от его личных качеств и достижений. Взаимоотношения строятся на основе независимости и равенства.

В коллективистской культуре, напротив, преобладают интересы группы (семьи, племени, рода, коллектива), здесь «мы» стоит выше, чем «я», групповые цели важнее индивидуальных. Семья может состоять из довольно большого количества людей, мнение семьи играет большую

роль. Ценность отдельной человеческой жизни низкая и часто приносится в жертву интересам группы. Карьера человека зависит не столько от его личных качеств, способностей и достижений, сколько от связей и умения строить отношения. В коллективистских культурах отношения между членами группы более тесные, чем в индивидуалистических культурах, они строятся на основе взаимозависимости, взаимопомощи и подчинения.

Представители названных типов культур характеризуются разным восприятием «образа себя»: в индивидуалистической культуре – это «я-образ», в коллективистской – «мы-образ». Представителям многих коллективистских культур, в частности японской, китайской, для которых на первом месте стоит группа, а не личность, трудно выделить отдельного человека из этой группы. Любопытно, что и слово «я», и обозначающие его иероглифы в китайском и японском языках имеют, как отмечают исследователи, отрицательную коннотацию; человек существует и является кем-то только если он / она принадлежит к какой-то группе [Gannon, Associates 1994: 325]. В английском языке, напротив, местоимение / (я) пишется с большой буквы, что отражает значимость индивида в английской культуре. В русском языке, как мы знаем, с большой буквы пишется местоимение *Вы*, что свидетельствует о других ценностях и приоритетах. В речи индивидуалисты чаще используют местоимение *я*, коллективисты – *мы*.

Данные типы культур имеют разные ценности. В индивидуалистических культурах ценятся свобода личности, независимость, равенство, уважение прав человека, индивидуальность, прагматизм, личная инициатива, конкуренция, соревновательность, высоко ценится человеческая жизнь. В коллективистских культурах важнейшими ценностями являются взаимозависимость и взаимопомощь, самопожертвование, привязанность к дому, к родным местам, скромность, уважение к старшим и даже их почитание, соблюдение иерархии.

Деля культуру по признаку «коллективизм / индивидуализм», исследователи предупреждают о том, что к этому делению нельзя подходить буквально, поскольку в индивидуалистических культурах могут быть коллективисты, а в коллективистских – индивидуалисты, большинство культур представляют собой смесь индивидуалистических и коллективистских черт, однако те или иные тенденции могут преобладать (см. [Triandis 1995]).

Дистанция власти (Power Distance) – второй важный параметр классификации культур, относящийся к социальному устройству общества. Расстояние между теми, кто наделен властью, и теми, кто не обладает ею, в разных культурах также различно, и здесь речь идет о вертикальной дистанции. Индекс PD (Power Distance) определяется тем, насколько члены общества, обладающие меньшей властью, принимают это неравенство [Hofstede 1991: 28; Adler, Rodman 1997: 306]. Думается, это определение можно было бы продолжить, добавив «и насколько члены общества, обладающие большей властью, демонстрируют свое превосходство».

В странах с высоким уровнем PD большое значение придается статусу, социальному положению, поэтому предлагаем назвать эту дистанцию статусной. Статусная дистанция отражает социальную асимметрию между членами общества, то расстояние, которое отделяет людей, обладающих разным статусом, наделенных разным количеством власти.

Этот параметр культуры также отражается в культурных ценностях. В странах с высоким индексом дистанции власти неравенство носит демонстративный характер, отношения строятся на подчинении, послушании, почитании, обязательном выполнении указаний старших. Власть дает огромное преимущество тем, кто ею обладает.

В странах с низким индексом дистанции власти власть не дает особых льгот и привилегий. Ценятся образованность, идеи и личные достоинства, а не статус. В сфере социальных отношений предпочтение отдается минимизации неравенства, ее завуалированности, а также личной инициативе.

Статусная дистанция проявляется во всех типах взаимоотношений, в которые человек вступает на протяжении своей жизни: дети – родители, ученики – учителя, студенты – препода-

даватели, начальники – подчиненные. В странах с незначительной статусной дистанцией как с равными обращаются родители и дети, преподаватели и студенты, начальник ждет от подчиненных личной инициативы, а не простого выполнения поручений (см. [Hofstede 1991]). В странах со значительной статусной дистанцией в семье царит атмосфера послушания и подчинения старшим. (Вспомним реплики, которые часто можно услышать в русских семьях: *Тебе отец что сказал?/Ты как с матерью разговариваешь?/Как ты смеешь перечить родителям?*). В мусульманских странах, где старшие обладают еще большим авторитетом и властью, степень подчинения еще выше. Дети не смеют выбрать себе спутника или спутницу жизни, если не получили согласия родителей, высок статус учителя (гуру), в профессиональной сфере начальник – человек, который заслуживает большого уважения, оцениваются не столько его качества как умелого организатора и отличного специалиста, а прежде всего его статус.

Исследователями доказано, что социальная дистанция (D) и статусная дистанция (P) тесно взаимосвязаны: более индивидуалистические культуры характеризуются более низким индексом власти, в более коллективистских культурах этот индекс выше (см. [Hofstede 1984; 1991]).

Таким образом, дистанция и власть культурно вариативны и являются важнейшими основаниями для определения типа культуры. В дальнейшем будем говорить об этих параметрах как о социальной, или горизонтальной дистанции, и статусной, или вертикальной дистанции.

Допустимость/недопустимость неопределенности (в терминах Г. Хофштеде – **Uncertainty Avoidance**) – третий параметр деления культур. Суть этого параметра заключается в том, что у каждого человека есть свой лимит неопределенности, двусмысленности, за которым начинается чувство дискомфорта. Степень допустимой неопределенности, при которой люди чувствуют себя комфортно, является культурно вариативной. В одних она выше, в других – ниже.

Культуры, различающиеся по данному параметру, имеют различные ценности. Так, в культурах, толерантных к неопределенности, ценятся риск, перемена места жительства, места работы, отсутствует сентиментальная привязанность к родным местам, на первом месте – прагматические устремления: жить надо там, где есть перспектива, где можно сделать карьеру. Представители культур, для которых характерно стремление к определенности, предпочитают стабильность, любят традиции, боятся рисковать, не любят перемен.

Г. Хофштеде называет ряд любопытных разноплановых характеристик, отличающих данные культуры, которые касаются различных сфер жизни. Приведем некоторые из них.

В культурах, толерантных к неопределенности, неопределенность воспринимается как нормальное состояние; то, что отличается от привычного, вызывает любопытство; существуют мягкие правила для детей, которым многое позволено; студенты больше заинтересованы в интересной дискуссии, чем в правильном ответе; преподаватель может сказать «Я не знаю»; представители данных культур сдержанны в проявлении эмоций (см. [Hofstede 1991: 125]).

В культурах, избегающих неопределенности, последняя воспринимается как угроза; то, что отличается от привычного, вызывает не любопытство, а чувство опасности и страха; существуют многочисленные ограничения и правила для детей, которые обязаны их выполнять; студенты больше заинтересованы в правильном ответе, чем в свободной дискуссии; считается, что учитель должен знать все и не может сказать «Я не знаю»; допускается свободное проявление эмоций [там же].

Что касается коммуникативного поведения, то, помимо различий в проявлении эмоций, здесь также наблюдаются интересные особенности. В культурах с низким уровнем допустимой неопределенности, общаясь с незнакомыми, люди обычно используют стратегии, которые помогают эту неопределенность уменьшить: задают вопросы, пытаются найти общие точки соприкосновения, при первом знакомстве часто говорят о месте работы, месте житель-

ства, семье, возрасте и других подробностях. В культурах, где допускается высокий уровень неопределенности, собеседники не нуждаются в обмене подобной информацией, напротив, они высоко ценят личную автономию. Даже коллеги, проработавшие вместе 10–20 лет, могут быть не осведомлены о семейном положении друг друга, о наличии детей и т. д. Очевидно, подобная информация их и не интересует, так как не имеет никакого отношения к профессиональной деятельности.

Интересным различием, сказывающимся на коммуникации, является наличие/отсутствие противопоставления «свой/чужой», что также является отличительным признаком данных культур.

В культурах, избегающих неопределенности, такое противопоставление существует, в них наблюдается заметная разница в типе взаимоотношений между «своими» и «чужими». Отношения со «своими» отличаются большей близостью, с «чужими» – большей холодностью и формальностью. Чужих реже замечают, им, как правило, не улыбаются. Чтобы стать членом группы, требуются определенные усилия, но затем отношения, как правило, развиваются по нарастающей и нередко могут доходить до интимного уровня.

В культурах, толерантных к неопределенности, деление на «своих» и «чужих» отсутствует; отношения между членами группы и «аутсайдерами» практически одинаковые – ровные и приветливые, но при этом не слишком близкие. В этих культурах улыбаются всем, со всеми одинаково вежливы. Люди часто здороваются с незнакомыми, легко вступают в контакт, но дальше отношения не всегда имеют продолжение, сближение происходит медленно, в отношениях сохраняется определенная дистантность.

В целом, по наблюдениям исследователей, низкий уровень неопределенности чаще всего сочетается с такими культурными параметрами, как коллективизм и высокая статусная дистанция; высокий уровень характерен для индивидуалистических культур с низкой статусной дистанцией. Однако это лишь общая тенденция, имеются и исключения: так, например, для индивидуалистической Франции характерна низкая допустимость неопределенности [Gallois, Callan 1997: 31].

Таким образом, в поведении людей, принадлежащих к различным культурам, нет ничего случайного. То, что часто бросается в глаза, вызывает удивление и недоумение, на самом деле является естественным поведением, соответствующим данному типу культуры.

Мужское/женское начало (Masculinity/Femininity) – не самый удачный термин, так как половые различия важны здесь лишь частично. Выбрав данный термин, Г. Хофштеде принимал во внимание то, какие черты – мужские или женские – в большей степени характерны для той или иной культуры.

В культурах с мужским началом доминируют ценности, характерные в большей степени для мужчин, они ассоциируются с амбициозностью, достижением цели, силой воли, властью денег, высоко ценятся материальные вещи. Представители таких культур склонны много и напряженно работать, в работе видят смысл жизни, большое значение играет конкуренция, стремление к достижению успеха. В таком типе культур существуют большие различия в поведении мужчин и женщин: мужчины лидируют, женщины должны быть покорны, дети общаются преимущественно с представителями своего пола. В качестве примера Г. Хофштеде называет Японию, Австрию, Венесуэлу, Мексику, Ирландию.

В культурах с женским началом доминируют ценности, в большей степени характерные для женщин: сочувствие к слабым (в мужских культурах сочувствие унижает), ценятся теплые отношения, большое значение придается вопросам воспитания. Существующие нормы и ценности касаются в равной степени мужчин и женщин. Большое значение в таких культурах имеют духовные ценности. Провозглашается равенство полов, мужчины могут взять на себя заботу о воспитании детей, мужчины и женщины разделяют обязанности по дому (Скандинавские страны, Нидерланды).

Данный параметр в наименьшей степени связан с индивидуализмом и коллективизмом. Так, англо-саксонская культура, являющаяся крайне индивидуалистической, характеризующаяся небольшой дистанцией власти и высокой терпимостью к неопределенности, по данному параметру занимает срединное положение. Думается, то же можно сказать и о русской культуре. С одной стороны, ценятся теплые отношения, сострадание, сочувствие, с другой – лидерство мужчин, решение проблем силовыми методами.

Как уже отмечалось, характеризуя культуры по названным параметрам, следует иметь в виду, что это деление не является дихотомическим. В одной и той же культуре могут присутствовать как одни, так и другие характеристики. Речь может идти лишь о неких тенденциях и предпочтениях.

Нельзя не отметить также, что предложенный подход к классификации культур вызывает много вопросов и не может быть назван безусловно однозначным. Тем не менее, выделенные параметры дают некоторые ориентиры в сложном процессе межкультурного общения.

Зная о существовании названных различий в культурах, легче понять и объяснить многие различия в коммуникации, адекватно интерпретировать особенности коммуникативного поведения представителей других культур и находить им объяснение.

Отмеченные культурные особенности проявляются во всех сферах общения. Так, например, в деловой сфере они определяют степень формальности отношений в коллективе, роль личной инициативы при решении тех или иных вопросов, степень вмешательства руководителя в производственный процесс и др. Представители коллективистских культур с высокой статусной дистанцией, устроившись на работу в западную компанию, обычно чувствуют себя дискомфортно от того, что отношения между коллегами представляются им слишком фамильярными, отсутствует уважение (в их понимании) к начальству; взаимоотношения носят соревновательный, а не кооперативный характер; начальник недостаточно четко и конкретно ставит перед ними задачи, не определяет пути их решения; они ощущают недостаток в инструкциях, испытывают временной прессинг. Знания культурных особенностей помогают преодолевать возникающие сложности, быстрее адаптироваться к новым условиям.

Среди перечисленных параметров измерения культур наибольшее значение для понимания особенностей национально-культурной специфики общения имеют, на наш взгляд, культурные параметры, относящиеся к социальной организации общества – горизонтальная и вертикальная дистанции. Они обладают большими объяснительными возможностями и потому заслуживают отдельного рассмотрения.

1.2.3. Культура и социальные отношения

Социокультурная организация общества, а также связанные с ней доминирующие культурные ценности, являются важнейшими параметрами культур, что убедительно доказано исследователями (G. Hofstede, E. Hall, F. Kluckhohn, F. Strodbeck, W. Gudykunst, H. Triandis и др.).

Социальные отношения, в которые мы вступаем в процессе общения, многочисленны и разнообразны, однако в межкультурной коммуникации в первую очередь необходимо учитывать такие наиболее общие параметры, как горизонтальная и вертикальная дистанции, характерные для конкретной культуры. *Дистанция* и *власть* – два основных фактора, которые определяют социальные взаимоотношения между собеседниками. Данные параметры являются важнейшими структурными характеристиками культуры, они определяют многие национально-культурные особенности коммуникации и могут быть названы детерминантами коммуникативного поведения народа.

Горизонтальная дистанция показывает степень социально-психологической близости между коммуникантами, она может варьироваться в широком диапазоне, в результате чего

отношения между собеседниками могут отличаться разной степенью дистантности (от формальных до интимных). В межкультурном аспекте данный тип отношений определяет исторически сложившуюся дистанцию, характерную для данного социума, которая может быть больше или меньше в разных культурах.

Дистанция напрямую связана с таким параметром культуры, как индивидуализм/коллективизм. Чем более индивидуалистической является культура, тем больше дистанция, разделяющая людей, и наоборот. Культуры, для которых характерна близкая дистанция общения, можно называть контактными (в английской терминологии – *high-contact cultures*). В таких культурах личное пространство, при котором человек чувствует себя комфортно, незначительно, широко используется тактильная коммуникация: допускаются прикосновения, объятия, поцелуи (к таким культурам относятся латиноамериканские страны, арабские страны, Турция, Греция и др.). Культуры, в которых принято соблюдение дистанции общения – дистантными (*low-contact cultures*). Для них характерно значительное личное пространство, тактильная коммуникация используется ограниченно. К последним относятся Великобритания, США, ряд западноевропейских стран.

Знание принятой в той или иной культуре дистанции общения необходимо для понимания поведения собеседника. В литературе по межкультурной коммуникации неоднократно описывались забавные примеры того, как американцы и латиноамериканцы (или арабы) в процессе общения постоянно перемещаются. Американцы, чувствуя дискомфорт от слишком короткой дистанции, отходят от собеседника, тот же, наоборот, старается приблизиться, так как испытывает неудобство от чрезмерно длинной, на его взгляд, дистанции общения.

Важно подчеркнуть, что различия в дистанции касаются не только проксемических характеристик коммуникации. Они влияют на стиль коммуникации в целом, формируя особенности невербальной, вербальной и эмоциональной коммуникации. Более того, они определяют культурные ценности и образ жизни народа.

Вертикальная дистанция показывает степень социального неравенства, разделяющего собеседников, вызванного тем, что один партнер по коммуникации обладает большей властью, чем другой. Поскольку данная дистанция зависит от иерархии собеседников, их статуса (возрастного и/или социального), она может быть названа статусной дистанцией.

Степень статусного неравенства в разных культурах также различна: в русской культуре она выше, чем в английской, (подтверждением чему является, в частности, наличие в русском языке местоимений *ты /вы*, обращений по имени – отчеству); в восточных культурах выше, чем в русской: там мы наблюдаем еще большее разнообразие местоимений второго лица, еще большее уважение к старшим, еще большее почитание статуса и соблюдение иерархии. Так, например, в узбекском языке существует 4 местоимения второго лица, которые выражают разные оттенки отношений, в японском – 7. В Китае члены семьи и родственники обращаются друг к другу исключительно по иерархии родства, например, «вторая старшая сестра», «муж старшей сестры», «жена старшего дяди со стороны матери» и т. д. Обратиться по имени можно только к младшему. Что же касается служебной иерархии, то китайцы при обращении эксплицируют название любой должности с соблюдением строгой иерархии (см. [Тань Аошуан 2004: 96]). Здесь мы имеем наглядное свидетельство того, как особенности культуры (в данном случае это статусная дистанция, являющаяся одним из важнейших параметров культуры) проявляются в коммуникации и определяют ее основные черты, что в свою очередь подтверждает тезис о том, что «условия функционирования языка выступают как фактор, формирующий систему языка» [Земская 2004: 240].

Данные различия в социально-культурных отношениях находят прямое отражение в особенностях коммуникации. Английский стиль характеризуется симметричностью взаимоотношений между участниками коммуникации, высокой степенью неформальности, удивляющей представителей многих других культур: быстрый переход на обращение по имени, неформаль-

ное приветствие старших младшими (например, обращение по имени студентов к преподавателю или подчиненных к начальнику), что позволяет определять английский стиль коммуникации как *личностно-ориентированный*. В английской культуре важна сама личность, а не ее социальный статус.

Особенностью японского, корейского или китайского стилей коммуникации, где большую роль играет именно статус собеседников, напротив, является формальность в общении, подчеркивание асимметричности ролевых позиций, молодое поколение не может позволить себе спор на равных со старшим по возрасту ит. д. В данных языках существуют специальные языковые средства, указывающие на статус собеседников, степень близости, контекст общения, что позволяет характеризовать эти стили коммуникации как *статусно-ориентированные*.

Различия в социальной и вертикальной дистанциях предопределяют многие особенности коммуникативной культуры. Это и разная дистанция в общении, возможность или, напротив, недопустимость тактильной коммуникации, степень допустимого коммуникативного воздействия, степень прямолинейности при выражении тех или иных коммуникативных интенций, степень формальности в общении ит. д., что будет наглядно показано в дальнейшем.

Как уже отмечалось, социальная дистанция (т. е. горизонтальная) и статусная дистанция (вертикальная) тесно взаимосвязаны: более индивидуалистические культуры, т. е. культуры со значительной горизонтальной дистанцией, характеризуются более низким индексом власти; в более коллективистских культурах этот индекс выше. Данная закономерность позволяет объяснить и понять тот любопытный факт, что в английской коммуникативной культуре при ее в целом дистантных отношениях, наблюдаемых на горизонтальной шкале, оказывается возможным такое неформальное обращение подчиненного к начальнику или студента к преподавателю, как *Hi, Tom /Hi, Jehnny*, воспринимаемое русскими как непозволительная в данных ситуациях фамильярность.

Социокультурные параметры (горизонтальная и вертикальная дистанции) лежат в основе поведенческих стереотипов. Они предопределяют то, что ценится в данном обществе: уважение к статусу или равенство, дистантность отношений или интимность, формальность или неформальность и т. д.

Важно подчеркнуть, что они затрагивают как вербальную, так и невербальную сферы общения, между которыми наблюдается определенная взаимосвязь, что в очередной раз свидетельствует о системности культуры. Так, характерная для англичан пространственная дистанция, проявляющаяся в большем, чем у русских, расстоянии во всех типах общения, недопустимости прикосновений (англичане при встрече не обнимаются, не обмениваются рукопожатием,жимают руку только при знакомстве и т. д.), отражается и на соблюдении вербальной дистанции, проявляющейся, прежде всего, в такой важнейшей черте английского стиля коммуникации, как не – импозитивность – недопустимость оказания прямого коммуникативного воздействия на собеседника и нарушения таким образом зоны его личной автономии. На вербальном уровне данная черта наглядно проявляется в разнообразных стратегиях дистанцирования, в косвенном выражении побуждений, в строгих ограничениях на употребление императива, в многочисленных коммуникативных табу и т. д.

Незначительная пространственная дистанция у русских (меньшая, чем у англичан дистанция общения, допустимость прикосновений, объятий, поцелуев) также находит отражение на вербальном уровне: русские допускают оказание прямого коммуникативного воздействия на собеседника, что при этом часто не является нарушением норм общения, любят давать советы, в том числе и непрошенные, делать замечания, перебивать, вмешиваться в разговор и т. д.

Подобную аналогию между вербальным и невербальным поведением, в основе которого лежит культурный параметр дистанции, можно заметить и в других культурах. Так, японские и корейские поклоны при приветствии, демонстрирующие уважение к собеседнику путем соб-

ственного принижения, повторяются в стратегии «самоумаления», «самоуничужения» и в вербальной коммуникации. Представители этих культур, как известно, никогда не хвалят свой дом или членов своей семьи в присутствии гостей, а говорят о них уничижительно, руководствуясь такой культурной ценностью, как скромность, занимающей одно из первых мест в их ценностной иерархии. Приглашая к праздничному столу, хозяин может сказать *Отведайте нашей скудной пищи*. Японское *простите*, которое также часто употребляется как приветствие, а в последнее время даже как выражение благодарности, в буквальном переводе означает *мне нет прощения* (тоже некоторый элемент самобичевания).

Данные примеры свидетельствуют о том, что социально-культурные параметры носят системный характер, они пронизывают всю культуру, проявляются в образе жизни, в сознании, в аксиологической системе, в языке и коммуникации. Асимметрия социально-культурных отношений отражается на асимметрии систем вежливости, на доминирующих коммуникативных стратегиях, на особенностях национальных стилей коммуникации. Знание данных параметров культуры представляется чрезвычайно важным, поскольку помогает понять, правильно интерпретировать и даже предугадать коммуникативное поведение представителей других лингво-культур, существенно способствует пониманию особенностей межличностной коммуникации, объясняет как специфику построения дискурса в целом, так и структурные и коммуникативно-прагматические особенности отдельных высказываний.

1.2.4. Культура и коммуникация

Существует мнение о том, что в основе культурных различий лежат различия в коммуникации. Основоположник теории межкультурной коммуникации Эдвард Холл высказал идею об однородности и взаимодетерминированности коммуникации и культуры. По его мнению, культура – это коммуникация, а коммуникация есть культура [Hall 1959: 169]. Культура развивается только благодаря коммуникации. М. Гирдхам по этому поводу пишет: «Культуры – это не что иное, как одинаковый образ мыслей и способ деятельности, существующие по причине относительно изолированной внутригрупповой коммуникации. Культуры различаются одна от другой потому, что уровень общения между представителями разных культур ниже, чем между представителями одной культуры. Если бы люди из разных культур общались между собой столько же, сколько они общаются в рамках своей культуры, то сами культуры скоро бы исчезли». Приведем это высказывание в оригинале.

Cultures are nothing more than common ways of thinking and acting, which develop because of relatively isolated within-group communication. Cultures differ from one another because there is less contact between cultures than within them. If everybody communicated with people outside their culture as much as they do with people within it, cultures would soon disappear [Girdham 1999: 60].

Б. Хаслетт отмечает, что культура и коммуникация приобретаются одновременно и не могут существовать одна без другой [Haslett 1989]. Культура – это одинаковый образ жизни, который может сложиться только через коммуникацию. На органическую связь между культурой и коммуникацией указывал Ю. М. Лотман, который отмечал, что культура является коммуникационной системой, обслуживающей коммуникативные функции [Лотман 2004: 396]. Он высказывал мысль о возможности выделения культур, ориентированных на сообщение (модель «Я – ОН»), и культур, ориентированных на автокоммуникацию (модель «Я – Я») (см. [там же: 163–177]).

Э. Холл [Hall 1976] предложил положить в основу деления культур такую категорию, как коммуникативный контекст, который он определил как обстановку, в которой проходит процесс коммуникации – *environment in which communication process takes place*. Культуры, в которых коммуникация во многом определяется контекстом, он назвал *high-context cultures* («высококонтекстные культуры», в русском языке лучше «ширококонтекстные культуры»). Культуры,

в которых коммуникация незначительно зависит от контекста – *low-context cultures* («низкоконтекстные», лучше «узкоконтекстные культуры»).

Исследователи проследили связь между такими параметрами, как коллективизм/индивидуализм и широкий/узкий контекст и пришли к выводу, что коллективистские культуры являются ширококонтекстными, индивидуалистические – узкоконтекстными [Gudykuns, Ting-Toomey 1990: 44]. Данный факт в очередной раз свидетельствует о тесной связи между коммуникацией и культурой. Однако дальнейший вывод о том, что для узкоконтекстных индивидуалистических культур характерен прямой стиль коммуникации, в то время как для ширококонтекстных коллективистских – косвенный, требует, как будет показано, уточнения.

Помимо коммуникативной функции культуры, которая заключается в передаче информации, важную роль для межкультурной коммуникации играет нормативная функция. Она проявляется в том, что именно культура ответственна за создание норм, стандартов, правил поведения. Количество предписаний, регламентирующих и регулирующих поведение, в различных культурах неодинаково. По этому принципу культуры можно условно поделить на «культуры интенсивного насыщения нормами» и «культуры неинтенсивного насыщения нормами» [Кравченко 2001: 22]. Другими словами, культуры различаются по степени регламентированности поведения, в том числе коммуникативного. Наибольшая насыщенность нормами характерна для восточных культур (Китай, Япония), имеющих наиболее тонкие и разработанные правила этикета. Что касается культур, являющихся объектом нашего рассмотрения, то английская коммуникативная культура является более регламентированной, по сравнению с русской, для которой характерен более свободный и естественный стиль коммуникации.

Т. Парсонс [Parsons 1953] также считает тип общения одним из параметров классификации культур. Он выделяет *конкретное общение* и *диффузное общение*. Конкретное общение характеризуется тем, что человек выбирает себе социальное окружение для реализации конкретных целей; при диффузном общении при выборе социального окружения приоритет отдается не конкретным целям, а личностным качествам. К. О. Касьянова, анализируя точку зрения Т. Парсонса, подчеркивает, что круг общения, основанный на принципе диффузности, обладает определенной замкнутостью, он не любит «чужаков», не доверяет им [Касьянова 2003: 285]. Таким образом, здесь мы в очередной раз наблюдаем оппозицию «свой – чужой» (или *insider – outsider*), присущую коллективистским культурам и отсутствующую в культурах индивидуалистического типа. Допуская, что в общении каждого отдельного человека, входящего в данный круг, присутствуют и элементы принципа конкретности, К. О. Касьянова подчеркивает, что друзья, с которыми он общается «конкретно», и те, с которыми он общается «диффузно», имеют для него совершенно несравнимый статус [там же].

Иллюстрацией данных мыслей могут служить наблюдения Л. Виссон о различиях в понимании дружбы в России и Америке. В книге о русско-американских браках [Виссон 1999] она пишет по этому поводу:

Близость и заботливость русской дружбы может быть весьма привлекательной по сравнению с присущей многим американцам позицией «сначала я»... Американцы привыкли часто переезжать с места на место, расставаясь со старыми друзьями и заводя новых. У них есть друзья на работе и друзья в клубе, в спортивном центре и в церкви. «Фред рассказывал о своем друге по гимнастическому залу и даже не мог вспомнить его имени, – рассказывает Ирина. – Какой же это друг?» Для американцев *друзья* – это, скорее, люди, с которыми они связаны какой-либо деятельностью, скажем, играют в теннис или в гольф, вместе ходят ужинать. А в России *друг* – это человек, с которым можно делить последний кусок хлеба или поговорить по душам. Просто сидеть и говорить, говорить, говорить. На самые сокровенные темы... Друг – это и брат, и собутыльник, и родная душа, и надежная защита от внешнего мира [Виссон 1999: 152–154].

А. Гладкова также высказывает предположение о том, что семантика английского слова *friend* отражает такую реальность общества, как мобильность [Gladkova 2007: 147], когда люди

часто меняют место жительства, отношения, в которые они вступают, не столь длительны. В России же люди менее мобильны, многие из них всю жизнь живут на одном месте, что приводит к длительным и прочным отношениям.

В современном употреблении в английской лингво-культуре, для которой характерно, используя вышеназванные термины, конкретное общение, охватывающее большое количество людей, слово *friend* употребляется по отношению не только к друзьям как хорошо известным, близким и надежным людям, но и к приятелям и даже просто знакомым. Ответ англичан на вопрос *Сколько у вас друзей?* озадачивает русских, так как это может быть 40, 50 и даже 100. Русские, как показывает опыт, обычно не могут быстро ответить на этот вопрос, тщательно обдумывая, кого они могут назвать другом, и, как правило, называют 3–4, но не более 10.

По мнению А. Вежицкой, которая детально проанализировала модели «дружбы» в разных культурах, число «друзей» ('friends'), которые могут быть у человека, возросло с течением времени во всех основных англо-саксонских обществах, и даже лучшие друзья ('best friends') у человека могут быть весьма многочисленны, о чем свидетельствует и тот факт, что выражение *best friends*, по ее наблюдениям, часто используется в английском языке во множественном числе [Вежицкая 1999: 312].

Исследовательница делает вывод о том, что в английском языке «значение слова *friend* изменилось в течение веков таким образом, что это выявляет глубинные изменения в отношениях между людьми. Эти изменения можно было бы грубо охарактеризовать разными способами как «девальвация», «расширение охвата», сдвиг от «вертикального» («в глубину») к «горизонтальному», от «эксклюзивного» к «инклюзивному» и т. д.» [Вежицкая 1999: 311]. Она отмечает, что в целом значение слова *friend* стало более «слабым» и чтобы ему приобрести нечто вроде прежней «силы», теперь приходится использовать выражение *close friend*.

В русском языке слово *друг*, которое А. Вежицкая называет одним из самых важных слов в русском лексиконе [Вежицкая 1999: 345], имеет иное значение, что свидетельствует об ином типе межличностных отношений, о различиях в иерархии ценностей. В качестве иллюстрации она приводит отрывок из книги Хедрика Смита *The Russians* [Smith 1976], часть которого позволим себе процитировать:

Их [русских] круг общения обычно более узок, нежели круг общения западных людей..., но отношения между русскими обычно более интенсивны, требуют большего, оказываются более длительными и часто больше дают людям.

Они вступают в дружеские отношения лишь с немногими, но этих немногих нежно любят. Западные люди находят насыщенность отношений, практикуемых русскими в своем доверительном кругу, и радующей, и утомительной. Когда русские до конца открывают душу, они ищут себе брата по духу, а не просто собеседника. Им нужен кто-то, кому они могли бы излить душу, с кем можно было бы разделить горе, кому можно было бы поведать о своих семейных трудностях или о неладах с любовником или любовницей, чтобы облегчить жизненное бремя и не отказывать себе в удовольствии вести бесконечную философскую борьбу с ветряными мельницами. Как журналист, я нахожу это несколько щекотливым, поскольку русские требуют от друга полной преданности [Smith 1976, цит по: Вежицкая 1999: 341].

Следует, однако, отметить, что в последнее время в связи с социально-экономическими изменениями, происходящими в России, которые сказываются на образе жизни, на системе ценностей, на отношениях между людьми, значение слова *друг* в русском языке тоже в некоторой степени ослабло, и можно предположить, что количество друзей у русских также будет расти, в то время как связи между друзьями ослабевать.

Отмеченные различия отражают системность и триединство понятий *культура – язык – коммуникация*. Выделенные типы общения (конкретное и диффузное), свойственные разным лингво-культурам, предопределяются социальными отношениями, характерными для той или иной культуры, культурными и коммуникативными ценностями, они сказываются на лексиче-

ской системе языков и национально-культурных особенностях коммуникативного поведения народа, формирующих в итоге национальный стиль коммуникации.

Приведем в качестве примера еще один отрывок из книги К. О. Касьяновой, в котором описывается поведение русских, тяготеющих к диффузному общению:

Мы плохо переносим отношения, в которых большое место занимает принцип конкретного общения, и напротив, хорошо чувствуем себя в такой группе, которая «лезет» в наши личные дела, копается в наших взглядах и мотивах, пытается формировать нашу личность. Мы позволяем ей это, мы даем ей такое право. ... Толерантность указанной группы проявляется в том, что в ней человек может быть самим собой, таким, каков он есть: играть роль и показывать себя кем-то, заранее придуманным, здесь просто невозможно, а следовательно, остается один вариант – чтобы тебя приняли в том виде, в каком ты сложился на данный момент, – со всеми недостатками, огрехами, слабостями. И если уж примут, то все остальное определено. Можно вести себя естественно, говорить, что думаешь, совершать ошибки и исправляться по ходу, сердиться, поучать других и время от времени самому получать нагоняи [Касьянова 2003: 289].

Таким образом, близость отношений между людьми, характерная для русской, коллективистской, культуры, и соответствующий ей тип общения позволяют не задумываться о манерах, вести себя естественно, говорить прямо и обо всем, свободно проявлять эмоции, вмешиваться в жизнь других и находить при этом у них полное понимание. Подобное поведение, в основе которого лежат глубокие социокультурные причины, и формирует русский стиль коммуникации, среди основных черт которого мы выделяем коммуникативную естественность, ориентированность на содержание, импозитивность, прямолинейность, эмоциональность и другие, которые будут подробно рассмотрены в этой книге.

Таким образом, в межкультурной коммуникации необходимо исходить из того, что культура – это система. В ней нет ничего случайного, напротив, в ней всему имеется свое объяснение. Проблема в том, что мы не всегда можем проследить эту причинно-следственную цепочку. Но что мы можем сделать – так это научиться смотреть на другую культуру с позиций культурного релятивизма, преодолевая свойственный человеку этноцентризм, избегать оценок, воспитывать в себе толерантность и этнографическую любознательность, способность к межкультурной рефлексии. Чужая культура не может оцениваться по шкале *правильно – неправильно, хорошо – плохо (лучше – хуже)*, она может быть далекой и чуждой, или, наоборот, близкой и похожей, но всегда другой. И на то есть свои причины. Важнейшая из них состоит в том, что культура формируется в процессе адаптации к окружающей среде, которая у всех народов различна.

1.3. Культура и культурные ценности

1.3.1. Типы ценностей

Среди ценностей, формирующих культуру, выделяются две основные группы – материальные и духовные. Первую составляет совокупность выдающихся произведений интеллектуального, художественного, религиозного творчества: произведения живописи, литературы, памятники архитектуры, ремесленные изделия и т. д. Вторая включает социальный опыт общества, «наиболее оправдавшие себя и показавшие наибольшую социальную эффективность *принципы* осуществления жизнедеятельности: нравы, обычаи, стереотипы поведения и сознания, образцы, оценки, образы, мнения, интерпретации и т. п., то есть *принципиальные нормы поведения и суждения, которые ведут к повышению социальной интеграции сообщества, к* росту взаимопонимания между людьми...» [Флиер 2000: 252]. Другими словами, это социальный опыт общества, приобретенный в результате адаптации к социальной среде, система представлений о том, как должны строиться взаимоотношения между людьми и каким должен быть человек.

Многие ценности, накопленные человечеством на протяжении истории, являются универсальными. Однако значимость тех или иных ценностей, их иерархия на ценностной шкале в разных культурах различна. Именно это и определяет оригинальность каждой из культур, ее своеобразие и уникальность. Общность культурных ценностей и традиций наряду с языком является одним из важнейших признаков этноса [Караулов 2002: 47]. В основе любой культуры лежит свойственная ей система ценностей, которые выступают как основные жизненные ориентиры и, в конечном счете, определяют культуру данного общества. Для восточной традиции, например, характерны такие ценности, как единство общества и человека, семья, уважение к родителям и старшим, самосовершенствование личности, взаимозависимость, гармония в межличностных отношениях, скромность. Для западной традиции – противопоставление личности и общества, приоритет индивидуальных ценностей над общественными, независимость, свобода личности, равенство и др.

Познавая другую культуру, люди, как правило, болезненно реагируют на различия в ценностной системе, исходят из своих представлений о значимости тех или иных ценностей, что порой приводит к достаточно резким суждениям и оценкам. В качестве иллюстрации приведем пример того, что пишут об англичанах русские парни, прожившие несколько месяцев в Лондоне:

Пресловутый британский традиционализм, на самом деле, есть некое подобие компьютерной программы, от которой британец не отступит ни на йоту в течение всей своей жизни. Правил-традиций очень много, и менталитет британца целиком состоит из них. британцы это не люди, а какие-то киборги [Сакин, Спайкер 2002: 178].

Их негативное впечатление об англичанах усиливается после знакомства с результатами опроса, проведенного в английских университетах, где информантов спрашивали, что для них является главным в жизни и ради чего они живут:

Результаты были ошеломляющие. Впереди с гигантским отрывом от всех остальных пунктов шло money-making (59 % опрошенных), на втором месте – карьера (около 40 %) ... Традиционные и естественные, как показалось бы русскому человеку, ценности – семья, дружба, любовь, дети – либо занимали последнее место этого «хит-парада», либо вообще отсутствовали [Сакин, Спайкер 2002: 181].

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.