

АЛЛА КОРОЛЁВА
Kijów

Способы отражения ситуации интимизации в славянских и германских языках

Славяне всегда отличались повышенным интересом к другим странам, народам, их культуре, литературе, языкам. Сегодня этот интерес имеет другую мотивацию, обусловленную такими факторами общения, как интернет, учеба и работа за рубежом, интернациональные браки, совместные предприятия, сотрудничество практически во всех сферах жизни и усиливающийся процесс глобализации – все это привело к интенсивному международному общению [Омельяненко 2008, 177]. При этом, как оказалось, для полноценной коммуникации совершенно недостаточно только знать иностранный язык. Дело в том, что даже хорошее знание иностранного языка не означает автоматического вхождения в культуру другого народа, поскольку, за словами С.Г. Тер-Минасовой, народы все разные, видят, слышат, любят и ненавидят по-разному, имеют разные представления о мире, разные системы ценностей, разные нормы поведения, то есть разные культуры [Тер-Минасова 2007, 49]. Незнание или игнорирование этих различий может привести к непониманию, а иногда и к серьезным конфликтам между участниками коммуникации.

Межкультурная коммуникация осуществляется либо в виде разовых или систематических контактов партнеров по коммуникации, либо в виде длительного сосуществования разных народов. В первом случае знание и взаимное соблюдение партнерами национальных культурных норм и ценностей обеспечит успешность коммуникации, а во втором – поможет избежать межкультурных конфликтов. При этом культурные ценности рассматриваются как смыслы собственных категорий и установок человека, представленные в виде ментальных моделей. Языковое сознание прежде всего отображается и фиксируется в языке в виде ментальных моделей наивной картины мира, которая включает и культурные ценности [см. подробнее: Воркачев 2001, 64–72].

Рождаясь в определенной национальной культуре и являясь ее носителем, мы зачастую не осознаем этого до тех пор, пока не столкнемся с носителем другой культуры и с необходимостью ее изучения. Обычно это происходит при изучении иностранного языка – усваивая чужой язык, мы усваиваем чужую культуру. Овладение иностранным языком и культурой происходит через призму родного языка, и две языковые картины мира, накладываясь друг на друга, обнаруживают сходства и различия, которые соответственно облегчают или усложняют изучение иностранного языка.

Интерактивные процессы взаимодействия двух семиотических систем (языка и культуры) опираются на культурно-языковую компетенцию адресанта/адресата, а экспликация когнитивных процедур осуществляется субъектом при интерпретации культурно значимой референции языковых знаков прежде всего на материале реализации языковых явлений в дискурсах разных типов. Ключевым моментом в разработке стратегии обучения иностранному языку являются именно различия, т. к. они – главный источник языковых и культурологических ошибок. Практика показывает, что первым источником трудностей в иностранной речи является родной язык. Например, носителям славянских языков труднее всего поддаются осмыслению вопросы о разграничении определенного и неопределенного артиклей в германских языках, сложная система времен, многочисленные постпозиционные предлоги и наречия и т. д.

По мнению антрополога Эдуарда Холла, некоторые языки настолько далеки друг от друга, что «навязывают» говорящему два разных образа реальности. В поле зрения всех народов в той или иной мере попадает внешний мир, однако их мышление и язык всегда формируются в родной среде. Поэтому за одной и той же лексической единицей в каждом языке могут скрываться очень разные понятия, которые восходят к истокам культуры народа. В этой связи справедливой будет мысль о том, что менталитет народа в конкретный исторический период зависит от менталитета предыдущих поколений, который закрепляется в культуре, и в таком понимании он определяется и формируется культурой. Говорить на иностранном языке, не зная стоящих за ним реалий и культуры, – значит сводить свою речь к примитивному буквализму и обрекать себя на бесконечные ошибки.

Коммуникативно релевантными чертами менталитета и национального характера, считает И. Стернин [Стернин 1994, 20–21], являются такие черты, которые «оказывают прямое или косвенное влияние на общение, обуславливают его характер или содержание. Естественно, все черты национального характера или менталитета в том или ином аспекте влияют на общение, но некоторые оказывают более яркое влияние, более коммуникативно релевантны, чем другие. Описание именно этих черт прежде всего необходимо для понимания национальных особенностей коммуникативного поведения».

Наибольшая трудность для иностранца, говорящего по-английски, состоит в том, чтобы уловить, как меняется речь носителя чужого языка во время его общения с представителями различных социальных слоев своего общества:

членами семьи, деловыми партнерами, близкими друзьями. Очень распространенное явление среди иностранцев в общении с носителями языка – это стремление блеснуть сленговыми выражениями и фразовыми глаголами. Так, человек славянской культуры, произносящий по-английски *I gonna* (вместо *I'm going to*) или *I wanna* (вместо *I want to*), рискует показаться не знатоком английской разговорной речи, а человеком низкого уровня культуры.

Все вышесказанное еще раз подтверждает, что усвоение культуры другого народа совершенно необходимо для успешной межкультурной коммуникации. Если понимать культуру 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, то становится ясно, что овладевать как своей, так и чужой культурой можно всю жизнь.

Однако все многообразие ситуаций общения можно свести к нескольким типам, требующим определенного культурного фона и определенного уровня владения иностранным языком, т. е. определенной коммуникативной компетенции. Объем этой компетентности, ее необходимость и достаточность для успешного общения, а также выбор языковых средств, напрямую зависят от таких факторов, как цель коммуникации, участники и сама ситуация, в которой происходит это общение.

Конкретные трудности в международном общении являются следствием общих различий между странами в культуре, образе жизни, национальном характере, ментальности.

Так, например, по наблюдениям И. Стернина [Стернин, Ларина, Стернина 2003, 32], «англичане весьма толерантны и склонны к компромиссам. Они прекрасно понимают, что существование у людей разных мнений по одному и тому же вопросу – это вполне нормальное явление. Они не делают замечаний окружающим, даже если их поведение создает им большие неудобства. Если замечание все же делается, оно будет звучать в очень мягкой форме: *Excuse me. I think you're standing on my foot* – в поезде метро, часто в виде просьбы: *Could you please stop talking?* – одноклассникам во время урока».

В контексте нашего исследования ментальность рассматривается как национальный способ мышления, который отражается в национально-маркированных языковых единицах как на лексическом уровне, так и на текстовом. Любой текст демонстрирует не только характер определенной эпохи, ее традиции, культуру и ценности, а и менталитет носителей определенного языка. Текст как определенное сообщение непременно ставит читателя (адресата) в некоторые культурные рамки: в нем зафиксирован и отображен исторический, социальный и культурный опыт этноса, типичные коммуникативные ситуации повседневной жизни.

Вопрос о том, как усилить влияние печатного слова в текстах-вывесках о соблюдении норм культурного поведения в разных общественных местах,

всегда был актуален. Общекультурная и социальная тенденция к диалектическому взаимодействию функций сообщения и влияния проявляется в самых разных сферах их языковой реализации, в частности и в сфере таких деловых, глобально клишированных стойких формул обращений к народу, как вывески, которые регулируют публичное поведение людей. Среди языковых приёмов непосредственного влияния на обобщенного адресата, которым в данных ситуациях является народ, интимизация [Корольова 2002, 23] занимает самое важное место, поскольку включает целый комплекс способов организации языкового материала, объединенных единым заданием – воссоздать атмосферу доверчивого разговора адресанта и адресата. Генетически восходя к разговорной речи, интимизация возникает при непосредственном общении в процессе передачи информации, которая воспринимается собеседниками адекватно, преимущественно в неофициальной сфере общения. Это явление, как правило, основывается на знании ситуации и контекста тем, кто передает, и тем, кто воспринимает определенную информацию.

Ситуации интимизации характеризуются определенными особенностями из-за отсутствия прямого взаимодействия адресата и адресанта. Однако адресант моделирует свой текст, используя те же средства, которые употребляются в повседневном общении, стремясь, таким образом, сократить дистанцию в непрямом общении с адресатом. Лишь при таких обстоятельствах адресат способен правильно и адекватно воспринять полученную информацию, представленную адресантом – реальным её отправителем.

Например, разница в отношении англичан и русских к сочувствию и состраданию прямо выражается в семантике их языков. Если буквально перевести на английский такие восклицания как «Ах ты бедненький!», «Бедняжка!», которыми сердобольный русский человек утешает попавшего в беду, то будь на месте последнего англичанин, слова утешителя нанесли бы удар по его самолюбию. Ни один англичанин не захочет, чтобы его считали «бедненьким». Перевод *You poor one* только оскорбит англичанина своим сострадательным оттенком, поэтому лучше перевести *You poor thing*, чтобы снизить эффект личного сострадания.

Психологически маркированные языковые единицы имеют форму отрицательных конструкций в славянских языках, в том числе и в русском языке: «нельзя», «не положено», «не следует», «не рекомендуется», «не надо», «не нужно». Когда-то они имели политический смысл, теперь же превратились в клише, но продолжают представлять трудность для перевода на английский. Эти слова заключают в себе такой смысл, который не свойственен английской культурно-языковой традиции. Конечно, у англичан есть отрицания типа *don'ts*, использующиеся в контекстах, которые выражают ограничение или запрет, однако в более мягкой, вежливой форме и намного реже, чем в русском языке. Поэтому отрицательные русские предложения часто переводят на английский положительными или нейтральными.

Имитация устной речи адресанта осуществляется при помощи различных средств диалогизации монологической речи адресанта. Основными языковыми средствами, которые выражают ситуацию диалогизации, являются: обращение, повелительное наклонение глаголов, 2-е лицо мн. числа глаголов, поскольку эти средства предусматривают не только наличие собеседника, но и его реакцию.

В зависимости от того, какие из языковых средств доминируют, можно выделить виды ситуаций диалогизации. Это прежде всего ситуации обращения и императивности.

Обращение является одной из наиболее употребительных коммуникативных единиц, связанных с речевым этикетом и представляет собой речевое действие, цель которого – привлечь внимание собеседника для установления контакта. Выбор форм обращения определяется коммуникативным контекстом, включающим ролевые отношения между партнерами, социально-психологическую дистанцию между ними, обстановку общения и другие факторы.

Ситуацией, которая включает такие элементы диалогизации, как волеизъявление и приказ, считается ситуация императивности. Она основывается на побудительных предложениях, которые содержат просьбу, указания, а также приказы и является основой директивных речевых актов.

В текстах-вывесках одновременно реализуются обе ситуации интимизации: и ситуация обращения, и ситуация императивности, поскольку, обращаясь к обобщенному адресату, адресант ставит цель, чтобы адресат отреагировал на его обращение. Поскольку тексты-вывески прямо и непосредственно обращены к людям, то традиционный набор прямых обращений время от времени изменяет свои формы, стараясь все больше повлиять на адресата, то есть заставить людей делать именно то, что требует современная культура, идеология, социальные условия и т. д. Сравним русские и английские традиционные формы обращения к обобщенному адресату: как в устной речи, так и в текстах-вывесках. В большинстве ситуаций в Великобритании, приводит примеры И. Стернин [2003, 49], прямое обращение не употребляется, адресат называется косвенно, либо не называется вообще, в то время как для русской коммуникативной традиции в аналогичных ситуациях характерно употребление прямого обращения: англ.: *We are now beginning our descent. Would passengers please make sure that their seat-belts are fastened*; русск.: *Уважаемые пассажиры! Наш самолет пошел на посадку. Просим застегнуть привязные ремни.*

В таких устных объявлениях-обращениях и аналогичных им текстах-вывесках типа русск.: *Пристегните ремни; Не курить; Не прислоняться к двери* функцию лексических средств интимизации преимущественно выполняет информативно-регуляторная лексика [Тер-Минасова 2000], употребление которой допускается как в неофициальном, так и в официальном общении. В таких коммуникативных ситуациях интимизируется имплицитное

и эксплицитное обращение к народу. В информативно-регуляторной лексике основным средством реализации функции волеизъявления, или императивности, являются стойкие формулы обращений к народу со стороны тех слоев общества, которые устанавливают и регулируют правила общественного поведения.

Очевидно, что и в этой сфере речевой деятельности язык развивается, экспериментирует, ищет новые формы языкового выражения, способные повлиять на членов данного социума, то есть вызвать у них соответствующие реакции. Разумеется, все эти языковые процессы тесно связаны с изменениями в культуре, менталитете, идеологии.

Невозможно правильно говорить на иностранном языке, если ограничиться только зубрежкой его лексики и грамматики, – нужно знать, как люди общаются между собой на этом языке. Речь идет об этикете и правилах поведения, которые являются важнейшими элементами культуры и представляют собой наиболее объемную и трудоемкую часть работы по подготовке к успешному межнациональному общению.

Как уже упоминалось, успешность межкультурной коммуникации напрямую зависит от коммуникативной компетенции участников, т. е. от уровня владения иностранным языком и знакомства с культурой данной страны. Необходимый и достаточный объем этих знаний будет не одинаков для разных целей и разных ситуаций общения. Рассмотрим способы реализации функции влияния именно в таких ситуациях интимизации, когда необходимо выполнить какое-то требование и вместе с тем воссоздать впечатление дружеских взаимоотношений между адресантом текста-вывески и адресатом, ее исполнителем.

Исследуемый материал разнообразных английских и русских приказов, рекомендаций, инструкций позволил выделить достаточно различные языковые интимизированные приемы и способы их влияния на адресата. Для английской коммуникации не характерны номинативные апеллятивы при обращении к группе адресатов, подобные русским лексическим формулам, образованным от наименования лиц, объединенных какой-либо ситуацией: *граждане пассажиры, уважаемые родители, дорогие друзья, дорогие телезрители, уважаемые радиослушатели (покупатели, читатели, избиратели, соотечественники, москвичи, россияне и т. д.)*. Подобные формы обращения в английском речевом этикете практически отсутствуют. В ситуации обращения к пассажирам по радио (в самолете, в аэропорту, на вокзале), а также к зрителям в театре употребляется форма *Ladies and gentlemen: Good afternoon, ladies and gentlemen. Captain Perez and his crew welcome you aboard Iberia flight IB 341 to Madrid* (объявление на борту самолета). *Ladies and gentlemen, please ensure, that your mobile phones are switched off during the performance* (объявление в театре перед началом спектакля) [Стернин, Ларина, Стернина 2003, 49]. Хотя вежливая тональность именно в объявлениях-обращениях свойственна и русским, и английским стереотипам коммуникативного поведения.

Однако в англоязычных текстах-вывесках, по сравнению с различными объявлениями, интимизирующие приемы вежливого обращения к адресату более частотны, в частности форма личной вежливой просьбы является более распространенной, чем в русской культурной традиции. Количество императивов в английском коммуникативном поведении сравнительно невелико, нормы здесь достаточно либеральны, а императивы преимущественно мягкие.

Изучение призывов и обращений со словом *please* [пожалуйста] показало, что все виды информации (и предупреждения, и инструкции, и запреты) также имеют форму вежливой просьбы, которая подчеркнута словом *please*. Особенно это принято в тех случаях, когда людей призывают отказаться от своих стереотипных привычек ради других людей. Например: *Please, give up this seat if an elderly or handicapped person needs it* [Пожалуйста, уступайте свои места, если они понадобятся пожилым или инвалидам]; *Please, offer this seat to an elderly or disabled passenger* [Пожалуйста, оставьте это место для пожилого или больного пассажира]; *Won't you please give this seat to the elderly or handicapped. Please exit through back door* [Уступите, пожалуйста, это место для пожилых людей или инвалидов. Выходите, пожалуйста, через задние двери]; *Please, remember to take all your belongings with you when you leave the train* [Выходя из поезда, пожалуйста, не забывайте свои вещи]; *Please, keep clear the gate* [Пожалуйста, не заслоняйте дверь]. Сравним категоричность призывов к исполнению в русском языке: *Места для инвалидов и детей; Остановку автобуса заказывайте громко и заранее; Выходя из вагонов, не забывайте свои вещи*. Как видим, русский язык в этом плане проявляет обычную стереотипность, а отсюда, русск. *места для инвалидов* – является нормальным для восприятия в нашем социуме. *Пожалуйста* встречается крайне редко. Очевидно, поэтому и выполнение такой категоричной формы обращения является тоже не частым.

В английском языке в обращениях-просьбах выбор слов является социально корректным: *the elderly* [пожилой] звучит намного тактичнее, чем *the old* [старый], хотя по значению эти слова синонимические. Слово *invalid* [инвалид] почти вышло из обихода, его заменило *handicapped* [с физическими/умственными отклонениями].

В официальном общении этикетная лексика демонстрирует дружеский, близкий тон общения, а в неофициальном – свидетельствует о приятельских, иногда фамиллярных отношениях между собеседниками.

В английском языке вежливая просьба к исполнению чего-то имеет еще более изысканные интимизированные приемы выражения: *Young man, would you help me with my bags, please* (пожилая женщина на вокзале).

Остановимся на тех случаях, когда в тексте, обращенном к народу, переплетаются разные интимизированные приемы влияния на реципиента.

В США, так же как и в Англии присутствует целый комплекс приемов, когда через доверительную интимизированную форму просят людей выполнить пожелания (а вместе с тем и требования) адресанта. Так, С. Тер-

Минасова [Тер-Минасова 2003, 224] приводит такой пример: «Перед большим универмагом в Америке есть текст-вывеска: *Please return carts here. Help us keep prices low and prevent damage to your vehicle. Thank you.* Это и повышенная вежливость (*please, thank you*), и попытка подкупа (*low prices*), и скрытая угроза (*damage to your vehicle*), и открытая просьба о помощи (*help us*), и благодарность (*Thank you*)». Все эти разнообразные интимизированные языковые и психологические приемы использованы для того, чтобы покупатели универсама возвращали тележки в нужное место.

Без сомнения, информационно-регуляторная лексика в текстах-вывесках отражает культуру языкового коллектива, к которому обращены все эти призывы, объявления, запреты и т. д. Например, объявления, которые запрещают те или другие действия, показывают, какие поступки возможны в данном обществе, что можно ожидать от его членов, какое поведение нужно остановить. Так, в библиотеке Лондонского университета есть объявление типа: *Readers are reminded that sitting on the floors is prohibited*, которое иллюстрирует это положение очень ярко, поскольку подобные запреты невозможны в русской культуре из-за того, что ни один посетитель библиотеки не будет садиться на пол. А потому такое объявление для русских этикетных форм поведения является странным, непонятным и смешным, и вообще невозможным.

Таким образом, можно сделать вывод, что тексты-вывески, которые регулируют поведение людей в обществе, отражают культуру и принятые нормы культурного поведения данного общества разными способами, приемами и средствами языковой системы и сферы речевой деятельности, прежде всего интимизированными формами обращения, которые воссоздают эффект непосредственного дружеского общения адресанта и адресата в английском языке, и более категоричными формами обращения – в русской языковой традиции. Эти наблюдения дают основания утверждать, что интимизация как стилистический приём смягчает тональность в информационных сообщениях, призывах и просьбах, способствуя эффективному их выполнению и следованию.

Изучение национально-культурных особенностей, отраженных в разных коммуникативных ситуациях, позволяет лучше понять мировоззрение народа, поскольку язык сохраняет всю информацию о культуре народа, о его духовной жизни, о том, как каждый человек воспринимает и оценивает себя в этом мире.

Литература

- Воркачев С.Г., 2001, *Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании*, Филол. науки, № 1, с. 64–72.
- Корнилов О.А., 2003, *Языковые картины мира как производные национальных менталитетов*, ЧеРо, Москва.
- Корольова А.В., 2002, *Типологія наративних кодів інтимізації в художньому тексті*, КНЛУ, Київ.

- Кравченко А.Г., 2000, *Менталітет як об'єкт соціально-філософського дослідження*, автореф. дис. ... канд. філософ. наук: 09.00.03, Київ.
- Омельяненко Т.Н., 2008, *Необходимость и достаточность в межкультурной коммуникации*, [в:] *Россия и Запад: диалог культур*, МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, с. 177–184.
- Стернин И.А., 1994, *Коммуникативное поведение как аспект обучения иностранному языку*, [в:] *Новые идеи в преподавании иностранных языков: взгляд в будущее*, Воронеж, с. 20–21.
- Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А., 2003, *Очерк английского коммуникативного поведения*, Истоки, Воронеж.
- Теля В.Н., 1999, *Основные постулаты лингвокультурологии*, [в:] *Филология и культура: Мат-лы II междунар. конф. В 3-х ч.*, Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, Тамбов, ч. 3, с. 14–15.
- Тер-Минасова С.Г., 2000, *Язык и межкультурная коммуникация*, Слово/Slovo, Москва.
- Тер-Минасова С.Г., 2007, *Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики*, АСТ: Астрель, Хранитель, Москва.

Hall E., 1981, *The Silent Language*, Doubleday, Anchor Books, New York.

Ways of reflection the situation of intimization in Slavic and German languages

Summary

The author of the article tries to analyze the ways of reflection the situation of intimization in Slavic and German languages. Also we have made an attempt to reveal some special features of the “intimization” and the way to use it as one of the effective methods to avoid cultural conflicts as much as possible.