

ЭТИКЕТ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Л.И. Колесникович

*Филиал УО «Белорусский государственный
экономический университет» в г. Пинске*

Поведение людей подчиняется определенным правилам. Среди этих правил есть нормы, свойственные всему человечеству, или группам культур, объединяемым в тот или иной тип цивилизации, или национальным культурам, а также субкультурам и социолектам или отдельным людям.

Специфические нормы поведения проявляются в стиле жизни речевого коллектива и поэтому находят отражение в словарях и системе паралингвистических средств общения (звуковые средства, сопровождающие речь, мимика и жесты). Нормы поведения составляют часть тех культурных реалий, которые рассматриваются в лингвострановедении и учет которых весьма важен для обучения общению на иностранном языке. Они отражаются в правилах этикета, сводящихся к системе негативных и позитивных стратегий вежливости.

Негативная вежливость состоит в том, чтобы свобода партнера ни в чем не была ограничена; позитивная вежливость представляет собой выражение единства и солидарности с партнером. Принято считать, что англоязычное общение основывается на стратегии негативной вежливости. Вот один из примеров такой стратегии. Э. Пост пишет, что «джентльмен, оказавшись в поезде или на корабле в обществе дамы, с которой он недостаточно близко знаком, ни в коем случае не должен пытаться заплатить за нее, если она захочет что-либо купить у разносчика газет, продавца сувениров и т.д., поскольку нельзя ставить даму в положение обязанной по отношению к своему спутнику».

В связи с описанием этикета англоязычного общества интерес представляет вопрос о дистанции, разделяющей участников общения. Так, по мнению Э. Холла, существуют четыре основных типа дистанций: интимная, персональная, социальная и публичная, оказывающие большое влияние на поведение человека. Интимная дистанция используется при общении с самыми близкими людьми (до 0,5 м); персональная дистанция характерна для неформальных контактов между друзьями (0,5–1,2); социальная дистанция – это обычное расстояние между знакомыми, а иногда и незнакомыми людьми во время деловой беседы (1,2–3,5); публичная дистанция характерна для одностороннего общения лектора с аудиторией и требует повышения голоса, стилизации жестов и более четкого произношения (от 3,5 м и далее).

Необходимо заметить, что дистанция между участниками общения в значительной мере зависит от национально-культурных особенностей страны или региона. Описанные выше дистанции действуют в англоязычном обществе, но они никак не применимы, например, к латиноамериканцам, которые обычно разговаривают друг с другом на более близком расстоянии. Это приводит к некоторому непониманию при их общении с американцами: последние инстинктивно отодвигаются во время разговора, а у латиноамериканцев складывается впечатление, что граждане США – холодные и недружелюбные люди.

С дистанцией общения тесно связаны этикетные нормы обращения. В среде преподавателей университетов США, например, не принято поддерживать социальную дистанцию между равными по статусу людьми: профессор к коллеге обычно обращается по имени, если они работают вместе. Обращение по фамилии или по должности означает, что говорящий либо не считает адресата равным себе, либо демонстрирует свое отрицательное отношение к партнеру; в таком случае используется обращение *Doctor Brown* или *Mister Bernstein* и т.п.

Этикет складывается из формульных моделей поведения. Нарушение формулы свидетельствует либо о сознательном изменении статусных отношений, либо о принадлежности говорящего к иной культурной общности людей. Так, употреблении имени в официальной формуле (вместо *Mister Brown* – *Mister Frank Brown* или даже *Mister Frank*) характерно для недостаточно образованной части населения. Нарушение этикетной формулы может свидетельствовать не только о культурно-социальных, но и о культурно-территориальных отличиях, свойственных различным вариантам английского языка.

Для иллюстрации этого утверждения воспользуемся следующим примером из книги Дж. Гамперца. Один американец, будучи в гостях у своего знакомого, недавно женившегося на англичанке, обратил внимание на небольшую картину. Между хозяйкой и гостем состоялся следующий разговор:

– Who is the artist?

– The painter is not too well-know. He is a modern London painter named ...

– I was wondering if someone in the family was an artist.

Дело в том, что вопросы типа *who's the artist?* (*who's the cook?* *Who's the gardener?*) являются этикетным американским комплиментом. Обычно такие вопросы задает гость хозяину во время осмотра дома или сада, а хозяин отвечает «*It's just a hobby*», «*I'm just a fan*», то есть косвенно принимает выраженный комплимент, скромно занижая свою оценку. Гость же в соответствии с формулой комплимента добавляет: «*But it is really very good*».

Национально-специфические нормы поведения, отраженные в этикете, проявляются и в значении слов. К важному выводу подводит следующий пример. В словарях английского языка выделяются только два глагола со значением «громко смеяться»: *guffaw*, *gag*. В то время как в русском языке это значение объединяет многие глаголы и глагольные выражения: хохотать, заливаться смехом, смеяться до упаду, гоготать, ржать и др. Вместе с тем русскому глаголу «посмеиваться» соответствует пять английских глаголов – *chuckle*, *chortle*, *snicker*, *snigger*, *titter*. Общее значение этих слов – «смеяться сдавленным смехом», то есть тихо, не привлекая к себе внимания. Дифференциальные признаки этих слов – «с удовольствием» (*chortle*), «нервно» (*titter*), «неуважительно» (*snicker*, *snigger*). Таким образом, мы сталкиваемся с проявлением семантического закона, согласно которому актуальный для говорящих комплекс идей привлекает для своего наименования все новые способы выражения.

В заключение отметим, что формульные модели поведения и этикетно значимые признаки, выражающие национально-специфические нормы поведения, заслуживают внимания, учета и объяснения в процессе преподавания иностранных языков.