

УДК: 8/10.02.01

У Бо

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова

**К ВОПРОСУ О ВЕЖЛИВОСТИ КАК СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЙ
(НА ПРИМЕРЕ СОПОСТАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЙ РЕЧЕВОГО ЖАНРА
БЛАГОДАРНОСТИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ)**

Wu Bo

Lomonosov Moscow State University

**ON THE QUESTION OF POLITENESS AS A SYSTEM OF STRATEGIES
(ON THE BASIS OF COMPARISON OF STRATEGIES OF THE SPEECH GENRE
OF GRATITUDE IN RUSSIAN AND CHINESE)**

Аннотация. В статье описываются прагматические аспекты функционирования одного из речевых жанров, а именно речевые стратегии жанра благодарности, которые делятся на стратегии сближения и стратегии отдаления. Автор изучает общие и частные стратегии, которые некоторые современные исследователи различают. В основе исследования лежит сопоставительный анализ стратегий сближения и отдаления, характерных для русских и китайских речевых жанров благодарности. Автор пришёл к заключению, что коммуникативные стратегии рассматриваются как объект, необходимость описания которого определяется целями обучения речевому поведению.

Ключевые слова: стратегии вежливости, стратегии сближения и отдаления, речевой жанр, благодарность в русском и китайском языках, обучение коммуникативным стратегиям.

Abstract. This article describes the pragmatic aspects of the functioning of one of the speech genres, namely gratitude speech strategies, which are divided into strategies of connection and strategies of distancing. The author studies the general and specific strategies, which are distinguished by some modern researchers. The study is based on comparative analysis of connection strategies and distancing strategies, characteristic of Russian and Chinese gratitude speech genre. The author has come to conclusion that communication strategies are seen as an object, the disclosure of which is determined by the need for learning of purposes of the speech behavior.

Keywords: politeness strategies, connection strategies and strategies of distancing, speech genre, thanking in Russian and Chinese, teaching of communicative strategies.

1. В настоящее время внимание многих исследователей привлекают прагматические аспекты речевых единиц, которые могут быть использованы носителями того или иного языка в различных коммуникативных ситуациях – например, вопросы о том, когда, в каких случаях уместна в том или ином языковом окружении благодарность, выраженная с помощью некоторой стандартной речевой формулы, проявляются ли при выражении благодарности какие-либо оценки действий и возможностей партнёра или определённые аспекты коммуникативной ситуации [5, с. 159]. Чрезвычайно перспективно, в частности, изучение совокупности речевых действий, необходимых для достижения коммуникативных целей, или *стратегий вежливости*, характерных для разных культур, и выработка рекомендаций по использованию этих стратегий в речевой коммуникации.

Предлагаемая статья посвящена сопоставительному рассмотрению системы стратегий, которые реализуются в русском и китайском языках при выражении благодарности. Мы называем благодарностью высказывание, которое совершается для того, чтобы показать, что говорящий ценит добро, которое совершил собеседник. Благодарность играет существенную роль в поддержании вежливых отношений между участниками коммуникации. Несмотря на универсальность, благодарность имеет национальную специфику, поэтому сопоставление русских и китайских стратегий вежливого поведения представляет собой проблему, заслуживающую специального анализа. Данная проблема привлекала внимание некоторых исследователей. Указывали, в частности, на особую важность для китайского общества иерархических противопоставлений и противопоставления по признаку «свой – чужой» [6, с. 101-110]. Однако проблема национальной специфики благодарности заслуживает дополнительного изучения.

Работа опирается на данные Национального корпуса русского языка, Электронного корпуса текстов центра китайского языка при Пекинском университете и русского и китайского интернета, в которых контексты с выражением благодарностей достаточно многочисленны. Использовались показания анкет, которые заполнили 119 русскоязычных информантов и 100 носителей китайского языка, а также собственные наблюдения автора¹.

¹ Иллюстративные примеры из произведений художественной литературы, извлеченные из электронных корпусов текстов, сопровождаются указанием автора и его произведения (оно заключается в круглые скобки), материалы интернета не документируются, данные анкет помечаются сокращением (из анк.). В качестве образца при выработке формата анкеты использовался вариант «Проекта реализации речевых актов в разных культурах», предложенный в [8, р. 289-294]. Анкетирование проводилось в 2009–2012 гг. в Москве и Пекине. Информанты представляли категории лиц мужского и женского пола от 16 до 39 лет, имеющих незаконченное высшее образование. Изучалось языковое поведение носителей литературных языков.

В статье ставятся следующие задачи: определить понятие речевой стратегии, сопоставить стратегии, характерные для русских и китайских речевых жанров благодарности, а также средства их выражения.

2. Благодарность является особым *речевым жанром*², *базирующимся на разнообразных стратегиях*, то есть коммуникативных установках говорящего, ориентированных на кооперацию [4, с. 222] либо некооперацию. Как было показано в ряде исследований, принцип кооперации, обоснованный в указанной работе логика П. Грайса, нередко нарушается: люди не только стремятся к сотрудничеству, но и дистанцируются друг от друга. Большинство авторов, изучающих прагматические аспекты речевых жанров, делят речевые стратегии на два основных типа: *стратегии сближения* и *стратегии отдаления* (дистанцирования).

Стратегии сближения и отдаления (дистанцирования), названные создателями теории двух основных типов вежливости П. Браун и С. Левинсоном положительной и отрицательной вежливостью [9, с. 66; 10, с. 61], основаны на сближении, необходимом для достижения коммуникативной цели, и отдалении (сохранении дистанции). И сближение, и дистанцирование необходимы для автономии собеседников. В основе предлагаемого данными авторами подхода лежит понятие ФТА (Face Threthening Act) – «акта, угрожающего лицу». По мнению авторов, участники общения заинтересованы в сохранении своего лица и лица партнёра. Однако каждый речевой акт может угрожать лицу и адресата, и самого говорящего: лицу адресата, его позитивному образу может угрожать критика, упрёк, оскорбление, а позитивному образу говорящего – самокритика или извинение. П. Браун и С. Левинсон противопоставляют «позитивному лицу» «негативное лицо», понимая под вторым термином желание участника коммуникации защищать свою личную сферу (иметь свободу, быть независимым) [10, с. 129]. В процессе общения,

² Мы исходим из понимания речевого жанра, предложенного М.М. Бахтиным [1, с. 257]. При этом учитываются некоторые характеристики речевых жанров, которые описаны Т.В. Шмелёвой [7, с. 91-93].

по Браун и Левинсону, собеседники стремятся поддерживать друг друга и сохранять своё лицо. Авторы предлагают различать позитивную и негативную вежливость, направленность которых противоположна. Вслед за Т.В. Лариной [5, с. 160-162] мы считаем точнее отражающими суть указанных двух типов вежливости такие не содержащие ненужных в данном случае оценочных коннотаций термины, как вежливость сближения и вежливость отдаления (дистанцирования).

Вежливость сближения (позитивная вежливость) предполагает стремление сократить дистанцию, разделяющую собеседников, *вежливость отдаления* (негативная вежливость) – стремление сохранить отмеренную дистанцию между индивидами. Эти термины и будут использованы в дальнейшем.

Понятия вежливости сближения и отдаления были неоднократно с успехом использованы современными исследователями при изучении специфики русской коммуникации, см., например, указ. соч. Т.В. Лариной. Что касается применимости этих понятий при изучении китайской культуры и китайского языка, то точки зрения исследователей по этому вопросу диаметрально противоположны: ср. мнение Мао [12, с. 457-459], исходящего из того, что понятие отрицательного лица нельзя использовать при рассмотрении китайской коммуникации, потому что в Китае индивидуальное поведение лица обязательно соотносится с мнениями и суждениями членов его социальной группы, и мнение Цзи [11, с. 1061], утверждающего, что забота об индивидуальном имидже проявляется в любом сообществе, и приводящего примеры того, как в китайском общении обнаруживается вежливость отдаления. Мы попытаемся показать универсальность этих понятий и этноспецифичность их проявлений.

Некоторые современные исследователи различают общие и частные стратегии [3, с. 54], [5, с. 161]: общая стратегия реализуется в нескольких частных. Т.В. Ларина, опираясь на мнение Браун и Левинсона [10, с. 129-208], называет следующие, нередко пересекающиеся *стратегии сближения*:

– *внимание к собеседнику и – шире – к окружающим, к их интересам, потребностям, желаниям,*

– *преувеличение своего интереса, симпатии к собеседнику, одобрения его действий,*

– *использование показателей внутригрупповой принадлежности – обращений, указывающих на принадлежность коммуникантов к одной и той же группе,*

– *использование языка, на котором говорит собеседник,*

– *проявление оптимизма.*

Среди выделенных указанными выше исследователями *стратегий отдаления* (дистанцирования) важнейшими являются следующие:

– *использование так называемого косвенного стиля, то есть отказ от прямолинейности, категоричности высказываний,*

– *создание «преград» в виде вопросов, которые являются средствами смягчения высказываний,*

– *предоставление слушающему возможности не совершать действие, к которому его побуждают,*

– *минимизация предположений о возможности и желании адресата совершить обсуждаемое действие,*

– *минимизация степени вмешательства говорящего в личную сферу адресата,*

– *выражение сомнений в возможности реализации действия собеседником (пессимистическая установка),*

– *использование извинений.*

3. Сравним стратегии сближения, которые используются русскими и китайцами при выражении благодарности.

Одной из наших целей является сопоставление речевого оформления коммуникации носителями разных языков, и в качестве примеров мы приводим далее русские и китайские реплики, в необходимых случаях располагая их параллельно. Китайские примеры (они даются только в латинской транскрипции) сопровождаются переводом на русский язык. Иллюстративные примеры – это и конвенциональные реплики (формулы

речевого этикета, характерные для многих языков в силу ритуализации благодарности), и авторские благодарности, называемые благодарностями по существу.

3.1. При выражении благодарности русские часто используют стратегию **преувеличения**.

Это касается как описательной гиперболы (не знает границ; нет слов; не хватает слов, не выразить словами), так и повторов (спасибо, спасибо; благодарю, благодарю), использования интенсификаторов, или маркеров усиления (очень, так, весьма, крайне, чрезвычайно, премного, от всей души), употребления экспрессивных оценочных прилагательных (большое, огромное, горячий, тёплый, искренний, безграничный), наречий (искренне, глубоко, сердечно). Эти средства могут характеризоваться стилистической окраской: среди них выделяются слова, закреплённые за определёнными стилями языка. Например, искренний, искренне – принадлежность определённых жанров официально-делового стиля. В современном русском языке такие показатели высокой степени проявления положительного отношения, как крайне, весьма, носят книжный характер, а премного является устаревшим (возможно также в ироническом употреблении).

Данная стратегия характерна и для носителей китайского языка. Это проявляется в использовании определённых наречий и прилагательных. При этом, как и в русском, они различны в разных стилях речи: в разговорной речи употребляются такие слова, как *hen* 'очень, в высшей степени', *fei chang* 'чрезвычайно', *shi fen* 'глубоко, весьма, покорнейше', *tai* 'очень', *zhen shi tai* 'крайне', *bu jin* 'безгранично, бесконечно, беспредельно', в официально-деловой – *zhong xin de* (сердечно, искренне, от всей души).

Приведём примеры из русского языка:

Моя благодарность и моё спасибо **не знают границ**. Благодарю Вас, дорогие мои, за то, что зашли на мой блог!

У меня **нет слов**, чтобы отблагодарить вас за многие рецепты.

Моя задача – научить вас не терять самоконтроля до последнего шага в жизни. – **Благодарю, благодарю вас!** – радостно воскликнул Таэль. (В. Ефремов. Час быка).

[В ответ на поздравление]:

От всей души / Сердечно благодарю вас за поздравления, мои милые друзья! / Хочу всем сказать большое тёплое и искреннее спасибо. / Я Вам очень / так / глубоко / крайне / чрезвычайно признателен (из анк.).

Китайские примеры

[Благодарность водителю, остановившему автобус для пассажира]:

Tai gan xie le! Yao bu ran wo jiu gan bu shang huo che le. (Бесконечно благодарна! Иначе я бы не успела на поезд).

[Благодарность знакомому, давшему в долг нужную сумму денег]:

Wo de gan ji zhi qing wu yi yan biao. (Не хватает слов, чтобы выразить мою благодарность за помощь) (из анк.).

[Благодарность другу, подарившему книгу]:

Tai hao le, xie xie ni, xie xie ni. (Как здорово, спасибо тебе, спасибо тебе) (из анк.).

[Благодарность другу, обещавшему найти репетитора]:

Na tai hao le! Wo tai / shi fen / zhen shi tai / fei chang (Как здорово! Я тебе очень / глубоко / крайне / чрезвычайно признателен (из анк.).

[Мэр благодарит горожан после выборов]:

Zhong xin de gan xie ni men dui wo de zhi chi. *Zheng shi you le ni men de zhi chi wo men cai neng chuang jian geng mei hao de cheng shi* (Сердечно / От всей души благодарю Вас за поддержку. Поскольку у меня есть ваша поддержка, мы можем сделать наш город ещё прекраснее) (из анк.).

Средства усиления в неофициальных стилях русского языка употребляются чаще, чем в китайском, о чём свидетельствуют данные наших анкет. В ответах русских информантов, как показывает анализ анкет, интенсификаторы употребляются в среднем в два раза чаще, чем в ответах китайских респондентов.

Следует обратить внимание на то, что в определённых ситуациях, предполагающих, с точки зрения носителей многих других культур, выражение благодарности, китайцы могут вообще не благодарить или использовать очень краткие этикетные реплики (только в общении знакомых лиц). Использование этикетных реплик в сфере обслуживания (в общении с официантами, кассирами) не типично для современного китайца. Причины заключаются в следующем. В китайской культуре внимание к другому считается настолько естественным для членов группы, связанных близкими отношениями, особенно родственников, что тут не принято благодарить, иначе коммуниканты будут воспринимать говорящего как чужого. Можно сказать, что в Китае благодарить близкого за каждую услугу – значит создавать дистанцию между собой и другими, демонстрировать им специфичное поведение. В ресторанах и магазинах не благодарят «по обязанности», формально (обслуживающий персонал должен выполнять свою работу, в этой сфере благодарность считается избыточной). Однако, если китайские коммуниканты оказываются в ситуации, когда, по их стандартам, благодарность является необходимой, они бывают более многословными, чем русские, поэтому благодарность может состоять из нескольких развернутых реплик, о чём см. далее.

3.2. В русском языке нередко используется стратегия **одобрений** действий адресата, выражающаяся при помощи комплиментов и похвал. Хотя комплимент является косвенной благодарностью, это второе дополнительное речевое средство, своего рода повтор. Иногда комплимент может быть основным и первым актом, выражающим подчёркнутое внимание к собеседнику. В любой коммуникации благодарность с комплиментами или положительными оценками соответствует стратегии сближения. Комплимент сокращает дистанцию между партнёрами по коммуникации.

Приведём примеры.

Полицейскому удалось наконец поднять девушку на ноги. – Спасибо, господин поли-

цейский, вы очень внимательны! Если бы не вы... (В. Доценко. Тридцатого уничтожить!).

[Ответ на желанное для говорящего предложение]:

Ну что же, вы очень любезны, благодарю вас, я охотно принимаю ваше предложение (А. Кошко. Очерки уголовного мира царской России).

[В ответе собеседнику, сообщившему о готовности к сотрудничеству]:

– Благодарю вас, сэр, – сказал он, слегка шепелявя, – вы так добры (Б. Лавренёв. Крушение республики Итль).

[Ответ получательницы заказанных цветов]:

Спасибо огромное! Вы несёте людям радость и поднимаете настроение! / Огромное спасибо, всё сделано просто замечательно!

[Реакция получателя подарка]:

Спасибо! Какая прелесть! / Какая красота! Просто прелесть! (из анк.).

В китайской коммуникации такая стратегия встречается реже. Об этом свидетельствует тот факт, что подобную стратегию используют 26,9% русских информантов и только 5% китайских. Она характерна лишь для общения очень близких людей (хороших друзей, мужа и жены, родителей и детей). Приведём несколько примеров.

[Ваш друг починил вам машину / велосипед]:

Ni ke zhen li hai. / Ni zhen shi ge neng shou. / Ni zhen shi niu ren a.

(Ты молодец! / Ты настоящий мастер. / Ты просто супер) (из анк.).

[Ваш муж / жена подарил(-а) вам в день рождения подарок]:

Ni zhen hao (Ты очень добр) (из анк.).

[Ваш друг подарил вам картину]: *O, tai piao liang le! Zhen shi tai bang le! (Ой, какая красивая! Просто чудо!) (из анк.).*

[Мать угощает сына]: *Haо xiang a, ta ta, nin de yu yi tai bang le (Очень вкусно, мама, у Вас просто золотые руки) (из анк.).*

3.3. Для благодарности характерна также стратегия **одобрения действий собеседника, подчёркнутого внимания к нему, его**

интересам и желаниям. В обеих коммуникациях говорящие стремятся в речевом выражении преувеличить свою потенциальную выгоду и показать: то, что адресат сделал, для них очень важно. Это средство также сокращает дистанцию между собеседниками.

В русском языке возможны вслед за благодарностью реплики следующего типа:

Что бы я без Вас делала! Вот выручили! Вы меня просто спасли!

Если китайские коммуниканты оказываются в ситуации, когда благодарность необходима, они, кроме благодарности, употребляют реплики, в которых описывается выгода, полученная говорящим:

Zuo tian duo kui le ni wo ji shi gan shang le huo che (Вчера благодаря тебе я вовремя попала на поезд).

Yao shi ni bu la zhe wo, wo ke neng jiu cong qiao shang diao dao he li le (Если бы ты не схватил меня за руку, я бы упала с моста в реку).

Xing hao you ni. Duo kui le ni zuo tian zhao kan hai zi. Yao bu ran, wo dou bu zhi dao gai zen me ban le (Рад, что есть ты, рад [букв.: благодаря] тому, что ты вчера приглядывала за детьми, я справилась. Иначе я бы не знала, что делать).

Внимание к собеседнику, демонстрация способности к сопереживанию проявляется в виде пожеланий добра адресату.

В русской коммуникации: **Спасибо! Удачи Вам! Дай бог тебе здоровья, милый человек! Здоровья тебе / Вам!**

На праздновании дня рождения русская хозяйка благодарит гостей:

Спасибо, мои дорогие друзья! Сколько добрых и тёплых слов, искренних и красивых пожеланий я получила! Сердечное спасибо и всего наилучшего!

В китайской коммуникации также выражается забота о партнёре, что создаёт атмосферу близости. Можно привести следующие примеры.

[Родитель ученика – учителю]:

Nin shou lei le, wo nv er gei nin tian le bu shao ta fan. Gan xie nin dui ta de guan zhao

(Вы устали, потому что из-за моей дочери у вас было много хлопот. Благодарю Вас за заботу о ней).

[Муж – жене]:

Zhe dun wan fan zhen hao chi. Ni xin ku le, shou lei le. Zhe 15 nina lai ni wei wo he hai zi zuo le 14000 dun fan. Wo fei chang gao xing neng qi ni wei qi (Этот ужин был очень вкусный. Ты устала, тяжело трудилась. За эти 15 лет ты приготовила еду мне и детям 14000 раз. Я очень рад, что ты моя жена).

[Гости благодарят хозяев]:

Wo men rang nin shou lei le. Nin xin ku le, hao hao xiu xi xiu xi ba (Мы заставили Вас потратить много сил. Вы устали, Вам надо отдохнуть).

3.4. В речевом жанре благодарности могут использоваться **обращения**, которые указывают на принадлежность коммуникантов к одной группе лиц, то есть на их близость. В современном русском общении близких людей показателями близости являются обращения по имени (**Аня, Саша**), в том числе обращения с разного рода уменьшительно-ласкательными суффиксами – такие, как **Анечка, Шурочка, Сашенька** и др. под. В роли обращений к близким у русских используются слова **дружочек, дорогой, дорогуша** и другие оценочные слова.

У китайцев существуют так называемые детские имена, которые употребляются старшими в семейном общении с младшими, а также в семейном общении лиц одной возрастной группы. В общественных местах при чужих лицах детские имена не используются. За пределами семейного общения даже родственники обращаются друг к другу иначе, чем в семейном кругу. Старшие называют младших, прибавляя к фамилии слово **xiao** ‘младший’: **xiao** + фамилия. Подчёркнем, что это ласковое, неофициальное обращение. В публичном общении молодых людей ласковым является обращение с повтором имени (или последнего имени) или добавлением слова **xiao** ‘младший’ перед именем. Как обращения младших к старшим, не имеющим с ними родственных связей, используются

сочетания “фамилия + *ge* ‘старший брат’”, “фамилия + *jie* ‘старшая сестра’”. В молодёжной среде распространены обращения, построенные по модели: «имена + *ge* ‘старший брат’», «имена + *jie* ‘старшая сестра’».

Все эти языковые средства – свидетельства высокой значимости в Китае чёткой групповой организации общества как большой семьи.

4.1. Стратегии дистанцирования или, как минимум, сохранения дистанции при выражении благодарности в русской коммуникации используются редко. По нашим наблюдениям, одна из стратегий дистанцирования – использование **извинения** – возможна в случае отказа от предложения и услуги: в связи с неизбежностью нанесения урона лицу адресата. **Извинение** маскирует утрату, которую понесёт партнёр по коммуникации. Например, в ответ на приглашение в кино возможны реплики: *Спасибо, с тобой я бы с удовольствием, но извини, я уже видел этот фильм*. Подобные благодарности в сочетании с извинением являются косвенными средствами «смягчения» ситуации. Приведём другие примеры.

[В ответ на приглашение на день рождения]:

Спасибо, но извини, не смогу быть у тебя в этот день.

[В ответ на один из вопросов интервьюера]:

Спасибо за вопрос, но ответить на него не могу, извините.

В китайском языке достаточно широко используется, вслед за выражением благодарности, извинение как показатель дистанцирования, однако оно обычно мотивируется необходимостью подчеркнуть трудность совершённого адресатом доброго действия. При этом извинение сопровождается описанием его повода. Приведу примеры.

[Вы отпрашиваетесь с работы домой, начальник разрешает. Вы благодарите его]:

Fei chang gan xie. Bu hao yi si, wo gei ni tian ta fan le (Спасибо большое. Извини, что я причинил тебе неприятности).

[Гость благодарит хозяйку]:

Xie xie nin. Bu hao yi si, rang nin fei xin le (Благодарю Вас. Простите, что я создаю вам столько хлопот).

[Руководитель сообщает своему подчинённому о получении разрешения на выезд для обучения за границей]:

Tai gan xie nin le. Bu hao yi si, wo gei nin mei shao tian ta fan a (Очень благодарен Вам. Простите, что я источник многих Ваших неприятностей).

В данных ситуациях говорящий исходит из того, что его действие было покушением на независимость адресата или просто чем-то нежелательным. Чтобы сохранить лицо, он должен принести извинение партнёру. Данная стратегия в конечном счёте нацелена на то, чтобы сохранить дистанцию.

4.2. В роли показателей уважительного отношения к старшим или высшим (отношения, предполагающего наличие заданной дистанции) в рассматриваемом речевом жанре¹ в официальном стиле сопоставляемых языков возможны **обращения**, выражаемые так называемыми полными именами или сочетаниями, в состав которых могут входить, кроме полного имени, отчество (такие обращения используются в русском языке), или несколькими именами в сочетании с обозначениями социального или профессионального статуса соответствующего лица (такой тип обращения характерен для китайского языка).

Специалисты, изучающие актуальные процессы современного русского языка, отмечают, что в последнее время резко сократилось употребление имён-отчеств [4, с. 228]. Имена с отчествами теперь не употребляются в тех сферах русского общения, которые связаны с международными контактами, например в бизнесе. Это влияние проявляется даже в сфере политической жизни (наряду с частичным сохранением в этой сфере прежнего этикета).

Для китайского языка, напротив, по-прежнему характерно следование традиционным нормам употребления указанных единиц.

¹Как и в ряде других, например извинений, просьб, поздравлений и т. п.

4.3. В китайской коммуникации достаточно регулярно используется стратегия **упрёка** адресату, который должен удостовериться в том, что партнёр чувствует свою вину перед адресатом, одарившим его чем-либо, и соблюдает необходимую дистанцию.

Так, у китайцев принято при получении подарка делать вежливый упрек дарителю или говорить о чувстве стыда, которое у получателя дара возникает в данной ситуации.

Типичны следующие высказывания:

Ni kan ni mai zhe xie gan shen me? Zhen jiao ni po fei le, yi hou ke bie mai dong xi le (Ну что ты, зачем надо было так тратиться? Больше [букв.: В будущем] не надо).

Ni hua zhe me xie qian. Ni gei wo mai li wu zhen shi rang ni po fei le (Ты так много потратил. Я тебя разорил на подарки).

Zhen shi bu hao yi si, rang ni po fei le (Очень неловко, что я ввёл тебя в расходы).

Подобная стратегия в русской коммуникации также возможна, однако, по нашим наблюдениям, используется редко.

Подводя итоги, отметим следующие различия русских и китайских стратегий выражения благодарности:

1) русские в целом благодарят чаще, чем китайцы; китайцы не считают обязательными благодарности для членов групп, связанных родственными отношениями, а также в сфере бытового обслуживания. Однако в других сферах благодарственные реплики китайцев могут быть длиннее русских, они чаще, чем русские благодарности, сопровождаются косвенными благодарностями;

2) и для русских, и для китайцев характерно использование интенсификаторов. Различие связано не с количеством интенсификаторов, а с частотой их употребления (в русском языке они используются чаще);

3) в официальных ситуациях благодарности обычно состоят из нескольких реплик. Русские нередко вслед за благодарностью или вместо неё используют комплименты, для китайской коммуникации использование комплиментов менее характерно;

4) в китайском коммуникативном поведении распространено использование извинения и своего рода порицания вслед за благодарностью – оно свидетельствует о том, что говорящий учитывает интересы партнёра и выражает ему уважение;

5) и в русской, и в китайской коммуникации при выражении благодарности используется стратегия обращения по имени. Современные русские обращения характеризуются тенденцией к изменению, при этом понижается уровень формальности в общении, тогда как отличительной особенностью китайских обращений по-прежнему остаётся сохранение традиционных норм употребления.

Предлагая в качестве заслуживающего внимания опыт описания коммуникативных стратегий, используемых в речевом жанре благодарности носителями двух языков – русского и китайского, мы исходим из того, что «новая реальность» данного типа [3, с. 372] может быть предметом изучения и освоения в процессе преподавания соответствующих языков. Нам представляется, что в основу методики обучения речевым стратегиям, которыми пользуются носители языков и которыми должны владеть лица, изучающие соответствующие языки, могут быть положены модели речевых жанров с их различными постоянными и переменными признаками и типичными коммуникативными стратегиями.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – URL: www.ruscorpora.ru

Электронный корпус текстов центра китайского языка при Пекинском университете [Электронный ресурс]. – URL: <http://ccl.pku.edu.cn/corpus.asp>

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. – М., 1986. – 543 с.
2. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. – М., 1985. – С. 217-237.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М., 2012. – 304 с.
4. Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. – М., 2012. – 250 с.

5. Ларина Т.В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах. – М., 2009. – 508 с.
6. Ли Сюеянь. Межкультурная коммуникация: благодарность и извинение в русском и китайском речевом поведении и языковых картинах мира. – М., 2006. – 238 с.
7. Шмельёва Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 88-97.
8. Blum-Kulka S., House J., Kasper G. (eds). Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies. Norwood; NJ: Ablex, 1989. – 300 p.
9. Brown P., Levinson S.D. Universals in language usage: politeness phenomena // E. Goody (ed.). Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction. N. Y., 1978. – P. 56-289.
10. Brown P., Levinson S.D. Politeness: Some Universals in language Usage. Cambridge, 1987. – 114 p.
11. Ji S.J. “Face” and polite verbal behaviors in Chinese culture // Journal of Pragmatics 32 (7). 2000. – P. 1059-1062.
12. Mao Lu Ming R. Beyond politeness theory: ‘Face’ revisited and renewed // Journal of Pragmatics 21. 1994. – P. 451-486.