

УДК 81-114

ГЕНДЕРНАЯ СПЕЦИФИКА СТРАТЕГИЙ ВЕЖЛИВОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИФИНГОВ ОФИЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МИД РОССИИ)

Чжао Цзэхун

магистр филологии, аспирант кафедры русского языка

Санкт-Петербургский государственный университет

Университетская наб., 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия. zhaozehong@mail.ru

Статья посвящена изучению стратегий вежливости в политическом дискурсе. Гендерная специфика стратегий вежливости изучалась количественными методами. В статье делается попытка разорвать связь между понятием «лицо» и стратегиями вежливости, отказаться от наименований «позитивные и негативные стратегии вежливости» и вернуться к изучению стратегий вежливости как таковых. В данном исследовании сохраняются наименования стратегий вежливости Т.В. Лариной – стратегии сближения и стратегии отдаления, но эти стратегии рассматриваются не с позиций позитивной и негативной вежливости, а с позиций двух направлений реализации стратегий вежливости. В результате проведенного исследования выявлены следующие стратегии вежливости: использование косвенных и смягченных высказываний, пессимизм, выражение уважения, выражение извинения, установление и поддержание отношений с собеседником, дарение коммуникативного подарка, проявление эмпатии и предложение объяснения или обещания.

Ключевые слова: теория вежливости Браун – Левинсона; брифинг; стратегия сближения; стратегия отдаления; гендерная специфика.

В теории и практике изучения вежливости существуют две известные коммуникативные стратегии, часто используемые в качестве основы исследований – стратегия позитивной вежливости и стратегия негативной вежливости, которые были предложены П. Браун и С. Левинсоном и основаны на концепции «лица». В теории вежливости Браун – Левинсона «лицо» определяется как своеобразный социальный имидж, который каждый член общества хочет сохранить [Brown, Levinson 1987: 61]. Понятие «лицо» включает в себя «позитивное лицо» и «негативное лицо»; при этом «позитивное лицо» понимается как положительный образ, который каждый хочет создать – «желание быть желанным другими» [там же: 62], а «негативное лицо» понимается как свобода действий, которую каждый хочет иметь без вмешательства со стороны других [там же: 129]. «Позитивная вежливость» направлена на то, чтобы удовлетворить позитивное лицо собеседника. Ее стратегия проявляется в общении как установление и поддержание контакта, сокращение дистанции между говорящими, проявление внимания и интереса к собеседнику, а также взаимопонимание и взаимное признание [там же: 101]. «Негативная вежливость» описы-

вается П. Браун и С. Левинсоном как «основа уважительного поведения» [там же: 129], ее стратегии направлены на то, чтобы продемонстрировать признание независимости собеседника и избежать вторжения в его сферу за счет поддержания социальной дистанции [там же: 145]. Можно сказать, что в речевом общении коммуникант надеется сократить дистанцию между собой и собеседником, но при этом все же сохранить уместное дистанцирование, чтобы не обидеть другого коммуниканта.

Следует отметить, что теория Браун – Левинсона и в настоящее время остается наиболее известной и влиятельной, однако исследователи критиковали ее за заявленную универсальность. «Лицо» является центральным понятием теории, рассматривается как базовая потребность индивида, его субъективное желание и коммуникативная цель. Л.Р. Мао рассматривает «лицо» как ядро теории Браун – Левинсона и основу ее построения, а его сосредоточенность на индивидуальных потребностях – как корень проблемы снижения универсальности теории [Мао 1994: 456]. Понятие «лицо» не может быть полностью признано во многих культурах, например, в японской культуре оно не подходит в качестве основы вежливости.

Это связано с тем, что японское общество является «вертикальным», где людей больше всего заботит не то, признают ли их другие, а то, думают ли другие, что они понимают и признают социальную структуру и иерархические отношения в конкретном сообществе [Matsumoto 1988: 405]. Другими словами, в центре внимания членов общества в Японии – не выражение собственных потребностей и защита своего социального пространства, а получение признания и принятия со стороны других людей. При общении с другими членами общества японцы должны действовать в соответствии со своим относительным статусом или рангом по отношению к другим, а вежливость является средством подтверждения и поддержания относительного статуса в японской социальной культуре.

Понятие «лицо» также подвергалось сомнению китайскими исследователями, поскольку в китайской социальной культуре это понятие подчеркивает коллективность, «лицо» – это желание индивида быть признанным общественностью. Самой характерной его чертой является признание обществом социального статуса и респектабельности индивида [Ван Цзяньхуа 2005: 67]. По мнению Гу Югуо, П. Браун и С. Левинсон понимают «лицо» как желание индивида вести себя свободно и быть признанным и уважаемым обществом. Такое мышление представляет собой личностно ориентированные ценности. В традиционном китайском конфуцианстве считается, что потребности человека не должны превышать статус, предоставляемый индивидам обществом, поэтому китайская социальная культура – это ценность, при помощи которой индивиды подчинены обществу [Гу Югуо 1992: 16]. При этом с исчезновением социальных иерархических различий вежливость используется уже не как правило поведения для поддержания иерархии, а скорее для установления раппорта¹ и гармонии между людьми, устранения конфликта и содействия сотрудничеству [там же: 11]. Вместе с тем конфуцианство наложило глубокий отпечаток на понимание вежливости в китайском обществе, и некоторые иерархические разрывы все еще в какой-то степени сохраняются в современном речевом поведении, например, между начальниками и подчиненными, между старшими и младшими.

Кроме того, китайские ученые ставят под сомнение необходимость разделения вежливости на «позитивную» и «негативную». Так, по мнению Лю Цюаньхуа, неуместно сочетать термины «негативный» и «вежливость», поскольку вежливость сама по себе является положительным фактором. Использование определения «негативный» для наименования вежливости легко может при-

вести людей к искаженному представлению о вежливости, нанося при этом серьезный ущерб позитивной ценности данного понятия. Исследовательница провела большое количество опросов в контексте китайской культуры, в результате которых выяснилось, что подавляющее большинство респондентов не поддерживают использование определения «негативный» по отношению к слову «вежливость» [Лю Цюаньхуа 2011: 34]. Т.В. Ларина также отмечает эту проблему при наименовании стратегий вежливости и предлагает называть негативные стратегии вежливости стратегиями отдаления, а позитивные стратегии вежливости стратегиями сближения, чтобы более четко обозначить их направленность и избежать оценочных коннотаций [Ларина 2003: 218].

Проблемы с ключевым понятием теории приводят к тому, что модель вежливости П. Браун и С. Левинсона не всегда хорошо работает, поэтому в данном исследовании предпринимается попытка разорвать связь между понятием «лицо» и стратегиями вежливости, отказаться от наименований «позитивные» и «негативные» стратегии вежливости и обратиться к изучению вежливости как таковой. Коммуникативные стратегии, ориентированные как на личность, так и на социокультурные требования вежливости, проявляются в двух направлениях – как демонстрация солидарности и как сохранение дистанции [Вильданова 2015: 39]: мы не только хотим быть как можно ближе друг к другу, но и надеемся избежать вторжения в частную сферу и нарушения социокультурного иерархического правила, сохраняя соответствующую дистанцию с другими. Поэтому в данном исследовании сохраняются наименования стратегий вежливости, предложенные Т.В. Лариной – стратегии сближения и стратегии отдаления, однако, в отличие от использования этих терминов Т.В. Лариной, наименования двух стратегий связаны не с позитивной и негативной вежливостью, а исключительно с двумя направлениями реализации стратегий вежливости.

Материалы исследования данных стратегий взяты с сайта МИД РФ, где внутри определенных нами временных рамок (с 19 марта 2009 г. по 13 января 2022 г.) представлены 409 текстов. Указанный временной период содержит выступления трех официальных представителей МИД: А.А. Нестеренко (19.03.2009 – 29.10.2010), А.К. Лукашевича (27.01.2011 – 24.04.2015), М.В. Захаровой (27.08.2015 – до сих пор). Из этого материала методом систематической выборки отобраны 20 текстов, авторами которых являются мужчины, и 20 текстов, авторами которых являются женщины.

На основе анализа материала были обнаружены следующие стратегии вежливости.

1. Использование косвенных и смягченных высказываний:

- (1) *Еще раз хотели бы напомнить* нашим гражданам, планирующим отдых за рубежом, о необходимости тщательно оценивать всевозможные риски, связанные с путешествием в ту или иную страну. (13.05.2021);
- (2) *Беспрецедентное терпение и по-настоящему дружеское отношение России, которое было продемонстрировано по отношению к Украине и украинскому народу, тоже не безгранично.* (26.12.2018);
- (3) *Если вы увидите, то, пожалуйста, направьте нам такие сообщения, и мы ознакомимся с этими публичными оценками.* (24.03.2016);
- (4) *Можно я возьму это в качестве домашнего задания? Обязательно на следующем брифинге представлю Вам подробные комментарии.* (08.02.2018);
- (5) *У нас могут быть различные взгляды на события, происходящие в Европе и в мире. Это нормальное явление.* (11.11.2009).

Можно заметить, что в примерах косвенные и смягчающие стратегии в основном достигаются с помощью маркеров вежливости (*будьте добры, пожалуйста*), сослагательного наклонения, вопросительных предложений и намеренно расплывчатых высказываний.

2. Пессимизм. Стратегия заключается в том, чтобы уменьшить влияние на собеседника. Говорящий демонстрирует, будто он сомневается в возможности своего влияния на собеседника, тем самым помогая собеседнику в случае необходимости иметь возможность отказаться от действий [Ларина 2003: 99–100].

- (6) *Было бы здорово, если бы наши британские коллеги-журналисты обратили внимание еще и на другие новости.* (26.12.2018);
- (7) *Не могли бы Вы привести какой-нибудь международный документ, который говорит о нелегитимности этих властей, процитировать его или хотя бы назвать?* (06.10.2015).

3. Выражение уважения. В материале данная стратегия проявляется в виде использования полного имени:

- (8) *19 марта в Москве состоялось заседание «квартиры», в котором приняли участие Генеральный секретарь ООН Пан Ги Мун, Министр иностранных дел Российской Федерации С.В. Лавров.* (25.03.2010).

4. Выражение извинения. Стратегия заключается в том, что говорящий заранее приносит извинения за слова, которые вот-вот затронут собеседника:

- (9) *Извините за напоминание, но, действительно, это очень важный момент.* (08.06.2017).

5. Установление и поддержание отношений с собеседником:

- (10) *Дорогие друзья, добрый день!* (05.10.2011);
- (11) *Коллеги, здравствуйте!* (09.10.2014);
- (12) *Желаю всего самого доброго, до свидания.* (09.10.2014);
- (13) *Большое спасибо, до свидания.* (08.06.2017).

Можно заметить, что говорящий добавляет дополнительные пожелания и благодарности при прощании, которые, будучи представленными в конце выступления, работают на то, чтобы общение закончилось в приятной атмосфере, что способствует поддержанию связи между говорящим и слушателем.

6. Дарение коммуникативного подарка. Адресант выражает внимание к адресату, его желаниям и потребностям при помощи позитивных выражений:

- (14) *Во-первых, мы очень благодарны – и это искренние слова – всем тем, кто проводит подобные расследования.* (24.03.2016);
- (15) *Спасибо за приятный вопрос.* (08.02.2018);
- (16) *Я от всей души хочу поздравить наших китайских друзей с этим действительно очень радостным, светлым праздником, который объединяет китайцев по всему миру.* (08.02.2018);
- (17) *Еще раз хочется пожелать коллегам творческого вдохновения, покорения новых профессиональных высот, всего самого доброго.* (13.05.2021).

7. Проявление эмпатии. Адресант выражает понимание боли адресата и выражает эмоциональную солидарность с ним:

- (18) *Со своей стороны также выражаем искренние соболезнования всем семьям погибших.* (11.11.2019);
- (19) *Затянувшиеся распри, жертвами которых помимо самих джихадистов становятся, к сожалению, мирные жители, вызывают растущее недовольство местных жителей и обывателей.* (08.06.2017).

8. Предложение объяснения или обещания:

- (20) *Фильм я не видела, поэтому на сегодняшний момент оставила бы его без комментария.* (27.08.2015);
- (21) *Я не слышал об этом сюжете. Не готов сразу дать ответ. Мы наведем справки и обязательно проинформируем Вас по существу вопроса.* (27.03.2012).

Добавляя причины отказа, говорящий дает понять, что отказ не является результатом нежелания продолжать общение, а вызван другими причинами. Также можно обнаружить, что для обеспечения коммуникативной поддержки говорящий добавляет обещания, выражает заботу и интерес к потребностям адресата.

В настоящее время количество исследований коммуникативных стратегий вежливости в политическом дискурсе весьма невелико, при этом гендерный аспект стратегий вежливости в политическом дискурсе вовсе не изучен. Полученные дан-

ные помогают выявить различия в восприятии концепта «вежливость» мужчинами и женщинами.

Статистические результаты использования стратегий вежливости мужчинами и женщинами представлены в таблице.

Таблица

Статистика стратегий вежливости у мужчин и женщины

Стратегии вежливости	Мужчины		Женщина	
	абс.	%	абс.	%
Использование косвенных и смягченных высказываний	176	71,8	302	74,5
Пессимизм	1	0,4	2	0,5
Выражение уважения	0	0,0	0	0,0
Выражение извинения	2	0,8	3	0,7
Установление и поддержание отношений с собеседником	40	16,3	40	9,9
Дарение коммуникативного подарка	7	2,9	29	7,2
Проявление эмпатии	6	2,4	14	3,4
Предложение объяснения или обещания	13	5,3	15	3,7
Всего	245	100,0	405	100,00

Мужчины и женщины в политическом дискурсе похожи по предпочитаемым стратегиям вежливости: наиболее распространенной стратегией вежливости у тех и других является использование косвенных и смягченных высказываний.

Различия в значениях показателя «установление и поддержание отношений с собеседником» в нашем материале не связаны с гендерными различиями. Данная стратегия представлена здесь двумя речевыми актами – «приветствие» и «прощание», которые появляются в каждом тексте по одному разу. Материал состоит из 20 мужских и 20 женских текстов, поэтому и «приветствие», и «прощание» используются и мужчинами, и женщиной по 20 раз. Разница в процентах объясняется различным общим количеством стратегий вежливости, используемых мужчинами и женщинами. Количество стратегий выражения уважения в данном материале не учитывается, поскольку выражение уважения достигается за счет использования полных имен, а их использование в материале не имеет гендерных различий.

Основное различие представлено в такой стратегии вежливости как дарение коммуникативного подарка. Существенное расхождение данных отражает тот факт, что женщины предпочитают признавать слушателя и учитывать его потребности и желания в общении, поэтому заботиться о других и говорить им приятно очень важно в представлении женщин о вежливости, причем приоритет этих двух пунктов у них выше, чем в представлении мужчин.

В целом, мы можем наблюдать, что количество реализаций стратегий вежливости, используемых женщинами, намного больше, чем у мужчин, из чего следует, что в сознании женщин поддержание вежливости явно важнее, чем в сознании мужчин.

Примечания

¹ Раппорт – это «комфортное, расслабленное, беспрепятственное, свободное, взаимно приемлемое общение (взаимодействие) между людьми» [Немов 2007: 356].

Список литературы

Ван Цзяньхуа. Прагматическое исследование вежливости. Народное издательство Цзилиня, 2005. 294 с. [王建华. 礼貌的语用学研究. 吉林人民出版社. 2005. 294 页].

Вильданова Г.А. Эвфемия и принцип вежливости в современном английском языке: гендерный аспект. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 162 с.

Гу Юэюэ. Вежливость, прагматика и культура // Преподавание иностранных языков и исследования. 1992. № 4. С. 10–17. [顾曰国. 礼貌, 语用与文化 // 外语教学与研究. 1992. № (4). 10–17 页].

Ларина Т.В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2003. 494 с.

Лю Цюаньхуа. Исследование современного китайского вежливого языка. Издательство Чжэнчжоуского университета, 2011. 240 с. [刘金花. 现代汉语礼貌语言研究. 郑州大学出版社. 2011. 240 页].

Немов Р.С. Психологический словарь. М.: Гуманитар. изд. центр ВЛА-ДОС, 2007. 560 с.

Brown P., Levinson S.D. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.

Mao L.R. Beyond Politeness Theory: 'Face' revisited and renewed // Journal of Pragmatics. 1994. Vol. 21. P. 451–486.

Matsumoto D. Reexamination of the Universality of Face: Politeness Phenomenon in Japanese // Journal of Pragmatics. 1988. Vol. 11. P. 403–426.

**GENDER-SPECIFIC POLITENESS STRATEGIES IN POLITICAL DISCOURSE
(BASED ON BRIEFINGS BY RUSSIAN OFFICIALS OF FOREIGN MINISTRY)**

Zhao Zehong

**postgraduate student, the Russian Language Department
Saint Petersburg State University**

This article focuses on the study of politeness strategies in political discourse. Gender-specific politeness strategies were studied by quantitative methods. The authors attempt to break the connection between the concept of “face” and politeness strategies, to move beyond the terms “positive and negative politeness strategies”, and return to the study of politeness strategies as such. The study retains names of politeness strategies by T.V. Larina – the strategies of approaching and distancing; however, they are considered not as related to positive and negative politeness, but from the point of view of two directions in which politeness strategies are used. The study reveals the following politeness strategies: using indirect and softened statements, pessimism, expressing respect, expressing apology, establishing and maintaining relationships with the interlocutor, giving a communicative gift, displaying empathy, and offering an explanation or a promise.

Keywords: Brown – Levinson theory of politeness; briefing; approach strategy; distance strategy; gender specificity.