

УДК 811

**ВЛИЯНИЕ ПАРАМЕТРА «СВОЙ»/«ЧУЖОЙ»  
НА ВЫБОР РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА ПРИ ДВУЯЗЫЧИИ**

© 2020 г.

А.А. Соловьева

Российский государственный аграрный университет им. К.А. Тимирязева, Москва

yarlee@yandex.ru

*Поступила в редакцию 15.12.2019*

Рассматривается проблема влияния параметра «Свой»/«Чужой» на выбор языка этикета в Северной Индии и Каталонии. Собранные данные показывают, что зависимость выбора языка связана в Северной Индии с параметром социального статуса, в Каталонии – с выбором между «своими» и «чужими» по национальному признаку.

*Ключевые слова:* социолингвистика, билингвизм, языковой выбор, этикет.

Проблема выбора языка в двуязычной среде представляет особый интерес для исследования, так как выявление закономерностей такого выбора позволяет понять механизмы и степень влияния различных параметров социального контекста, что, в свою очередь, расширяет понимание степени связанности внутриязыковых и внеязыковых составляющих коммуникации.

В нашем исследовании рассматриваются этикетные выражения на двух языках в регионах Северной Индии (хинди и английский) и Каталонии (каталанский и испанский) с точки зрения одного из параметров социального контекста – параметра «Свой»/«Чужой».

Цель данного исследования заключается в определении стратегий выбора языка этикетных выражений в зависимости от параметра «Свой»/«Чужой», в частности, в установлении степени влияния этого параметра на выбор формул вежливости в двуязычных ситуациях Северной Индии и Каталонии.

Наше исследование основывается, с одной стороны, на работах Д. Браво [1], Р.Р. Мехротры [2] и С. Толиби [3], посвященных национальному этикету, с другой стороны, на теории функционирования языковых единиц в двуязычной среде Р. Белла [4]. Такой подход позволяет выйти на новый уровень обобщения и выявить универсальные для двуязычия механизмы языкового выбора в сфере этикетных выражений.

Под этикетом в данном случае понимается «система устойчивых формул общения, предписываемых обществом для установления речевого контакта собеседников, поддержания общения в избранной тональности соответственно их социальным ролям и ролевым позициям относительно друг друга, взаимным отношениям в официальной и неофициальной обстановке» [5, с. 186].

В лингвистике существует несколько подходов к изучению речевого этикета. Этикет может рассматриваться как часть категории вежливости. Такой подход нашел свое отражение в работах В.М. Алпатова [6, 7], Ф. Барджела-Кьяппини [8].

Речевой этикет как предмет самостоятельного изучения рассматривается в работах И.А. Стернина [9], Е.И. Беляевой [10], В. Е. Гольдина [11], М.А. Егоровой [12], С.В. Неверова [13].

Кроме того, существует также сопоставительный подход к анализу этикета в разных лингвокультурах, который используется в работах Е.Ф. Суховой, Э. Новак, И.И. Лежневой.

Последний подход представляется наиболее оптимальным для исследования речевого этикета в двуязычной языковой ситуации. Двуязычие в данном случае понимается как «владение, наряду со своим родным языком, еще одним языком в пределах, обеспечивающих общение с представителями другого этноса в одной или более сферах коммуникации, а также практика использования двух языков в одном языковом сообществе» [5, с. 31].

Нас интересует двуязычие прежде всего потому, что оно предполагает выбор языка этикета из двух языков, функционирующих в пределах исследуемого региона. Мы также считаем, что этот выбор неслучаен и он зависит от факторов социокультурного контекста, в частности, от параметра «Свой»/«Чужой». В.В. Красных подчеркивает, что параметр «Свой»/«Чужой» является неотъемлемым элементом межсоциального взаимодействия [14, с. 95–96].

«В самом общем виде можно сказать, что для любого говорящего и собеседник, и все лица, упоминаемые в его речи, должны обязательно оцениваться с точки зрения принадлежности или непринадлежности к одной и той же с ним группе. Понятия «своего» и «чужого» не абсо-

лютны, а относительны. <...> Каждый человек может для того же самого человека быть «своим» в одной ситуации и «чужим» в другой» [6, с. 79].

Параметр «Свой»/«Чужой» связан с различными характеристиками социального контекста: социальные роли, социальные статусы говорящих, пол и количество адресатов.

В нашем исследовании все вышеперечисленные характеристики объединены под одним термином – тип адресата (далее ТА). Тип адресата мы определяем как потенциального слушающего, обладающего набором социологических характеристик, известных говорящему, и ассоциирующегося у говорящего с определенной стереотипной речевой ситуацией, а также с определенной социальной ролью адресата.

Под «своими» мы подразумеваем ТА, имеющие с адресантом общность происхождения: семья и регион проживания. В данном случае мы имеем в виду типы адресата «Друзья», «Бабушки и дедушки», «Родители».

В категории «Чужой» находятся типы адресата, которые не входят в круг привычного общения адресанта или осознаются говорящим как чужеродные, не разделяющие с ним общность происхождения, мировоззрения и социальной среды. К ним относятся следующие типы адресата: «Незнакомец», «Деревенский житель», «Иностранец» (Каталония), «Сикх» (Индия), «Мусульманин» (Индия).

Для проведения исследования мы применили подход, опирающийся на принятые методы исследования такого рода языковых единиц, – статистический метод. Выбор метода был обусловлен необходимостью выявления частотности употребления предъявляемых опрашиваемым единиц. Таким образом, в качестве основного способа анализа данных, вслед за У. Лабовым [15, с. 225] и Дж. Гривом [16], мы выбрали статистический метод, основанный на подсчете реакций респондентов.

Принимая во внимание большой объем полученных в ходе опросов данных, мы считаем статистические методы для выявления распределения этикетных единиц по частотности одними из наиболее эффективных.

Помимо этого, на этапе сбора мы применили метод анкетирования.

Материалом для опроса послужили 104 этикетных выражения на английском и хинди, используемые в Северной Индии, и 85 этикетных выражений на испанском и каталанском, типичные для Каталонии. В список мы включили единицы не только разных языков, но и разных уровней официальности.

Были проанализированы 5 групп этикетных выражений, которые привычны в каждом из

регионов: «Приветствие» (например, *नमस्त namaste, Hallo/Hello, Bon dia, Buenos días* и др.), «Прощание» (например, *फिर मिलेंगे phir milenge, Bye, Adéu, Adióс* и др.), «Извинение» (например, *माफ़ कीजिए maaf kijiye, Sorry, Em sap greu, Lo siento* и др.), «Благодарность» (например, *धन्यवाद dhanyawaad, Thank you, Gràcies, Gracias* и др.), «Обращение» (например, *भाईसाहब bhaisaahab, Sir, Senyor, Señor* и др.).

Для определения необходимого объема данных мы опирались на исследование А.А. Зубаревой, в котором она анализирует русские этикетные единицы, поэтому количество информантов и речевых реакций в работе А.А. Зубаревой (48 информантов и 2000 речевых реакций [17, с. 23]) и в нашей работе (47 информантов и 6495 речевых реакций) сопоставимо. Отличием применения данного метода анкетирования в работе является цель его использования – выявление разницы в использовании двух языков.

В качестве ориентира по частотности употребления языковых единиц была разработана следующая шкала:

#### Частотность реакций информантов

Словесное обозначение	%
Очень часто	81–100
Часто	61–80
«Средне»	41–60
Редко	21–40
Очень редко	0–20

Далее мы проанализировали количество реакций респондентов в каждой из 5 групп этикетных выражений для приведенных выше типов адресата и выявили несколько моделей речевого поведения говорящих.

В Северной Индии были обнаружены следующие тенденции, ассоциированные с выбором/невыбором английского языка и параметром «Свой»/«Чужой»:

1. Английский этикет чаще всего используется для общения с ТА «Друзья», входящим в группу «Свой» («очень часто»).

2. Английский этикет нечасто используется для общения со старшими родственниками, входящими в группу «Свой», то есть родителями, бабушками и дедушками («средне» и «редко»).

3. Английский этикет практически не используется для общения с «чужими», то есть с группами «Деревенский житель», «Мусульманин», «Сикх» («очень редко»).

4. Английский этикет непоследовательно употребляется для ТА «Незнакомец», входящего в группу «чужих» ТА (в группах «Приветствие» и «Прощание» – «очень редко», в груп-

пах «Извинение» и «Обращение» – «очень часто», в группе «Благодарность» – «средне»).

Выбор хинди в этикете в связи с параметром «Свой»/«Чужой» представлен в нижеследующих моделях:

1. Этикет хинди последовательно часто употребляется для «своих» при общении со старшими родственниками (ТА «Родители» и «Бабушки и дедушки»).

2. Этикет хинди менее последовательно употребляется для «своих» с группой «Друзья» («средне» в «Приветствии», «очень часто» в «Прощании» и «очень редко» в «Извинении»).

3. «Чужие» ТА «Мусульманин» и «Деревенский житель» следуют своему алгоритму частотности выбора хинди в определенных группах этикетных выражений. При этом такой выбор частично совпадает с выбором этикетных выражений для старших родственников и полностью не совпадает с группой «Друзья».

4. ТА «Сикх» предполагает редкое использование хинди.

5. Алгоритм выбора этикетных выражений на хинди для группы «Незнакомец» почти полностью совпадает с таковым для английского языка.

В Каталонии с выбором каталанского языка в этикете ассоциированы следующие модели речевого поведения говорящих:

1. Этикетные выражения на каталанском языке чаще всего будут использованы для ТА из категории «Свой»: «Друзья», «Родители» – «очень часто» и «Деревенский житель» – «часто».

2. Для ТА «Бабушки и дедушки» использование каталанского менее характерно, чем для всей категории «Свой» в целом («часто», «средне», «очень редко»).

3. Каталонские этикетные выражения нехарактерны для общения с «чужим» ТА «Иностранец» («редко» и «очень редко»).

4. Выбор этикетных выражений на каталанском для «чужого» ТА «Незнакомец» непоследователен («очень часто», «часто», «средне» и «редко» в зависимости от группы этикетных выражений»).

Выбор испанского этикета по параметру «Свой»/«Чужой» осуществляется согласно следующим моделям:

1. В категории «Свой» употребление испанских единиц вежливости наиболее характерно для ТА «Друзья» («очень часто»).

2. Использование испанского для остальных ТА, входящих в группу «Свой» («Родители», «Бабушки и дедушки» и «Деревенский житель»), среднее.

3. В категории «Чужой» с ТА «Иностранец» и «Незнакомец» испанский будет употребляться с большей вероятностью, чем каталанский («часто» и «очень часто»).

Таким образом, параметр «Свой»/«Чужой» влияет на выбор этикетных выражений, при этом степень и результаты такого влияния по-разному проявляются в зависимости от языка.

Так, исходя из представленных выше моделей речевого поведения можно заключить, что параметр «Свой»/«Чужой» в Индии определенным образом связан с английским языком больше, чем с хинди. Однако степень влияния этого параметра самого по себе на выбор этикета не столь существенна, так как английский отделяет «своих» от «чужих», где под «своими» подразумевается адресат равного с говорящим социального статуса. Таким образом, ответственным за выбор этикета оказывается в первую очередь параметр социального статуса, а не параметр «Свой»/«Чужой», при этом параметры оказываются взаимосвязанными. Так, английский этикет одновременно употребляется для «своих» и равных по статусу говорящему. Таким образом, для использования английских этикетных выражений определяющим становится социальный статус говорящего. С помощью статуса индийцы делят адресатов на «своих» и «чужих», выбирая в зависимости от этого язык общения. И несмотря на то что с хинди прежде всего связан параметр «Свой», который включает всех говорящих на хинди, эта связь не такая устойчивая, как в случае с английским языком.

В целом в Северной Индии употребление английского этикета в исследованных группах выражений оказывается маркированным по параметру «Свой»/«Чужой» по сравнению с немаркированным, нейтральным употреблением этикета на хинди.

В Каталонии также можно наблюдать разную степень связанности каждого из языков с анализируемым параметром.

Главной целью использования каталанских этикетных выражений в основном является отсылка к национальной принадлежности говорящих в контекстах, типичных для каталаноговорящих. Такие контексты прежде всего связаны с семьей и друзьями. В этих ситуациях каталанские этикетные выражения используются чаще испанских. Это делает каталанский маркированным по параметру «Свой»/«Чужой», где ключевым компонентом является национальная принадлежность адресата, так как принадлежность к каталонской нации тесно связана с использованием каталанского.

В противоположность каталанскому, испанский этикет используется для ситуаций, не связанных с обозначением национальной идентичности, как в официальном, так и в бытовом контексте.

Все вышеперечисленное согласуется с общим социальным контекстом, на фоне которого

происходит языковой выбор. Как и в случае с Северной Индией, социальный контекст предопределяет выбор языковой стратегии – использование каталанского этикета в Каталонии оказывается более маркированным по сравнению с использованием испанского, призванного быть нейтральным.

Таким образом, можно заключить, что в исследованных нами двуязычных языковых ситуациях существуют общие механизмы выбора языка этикетных выражений, обусловленные параметром социального контекста «Свой»/«Чужой». Так, в Северной Индии на выбор английского языка для этикета больше всего влияет параметр «Свой»/«Чужой» через равенство/неравенство социального статуса адресата говорящему. Выбор хинди менее обусловлен влиянием всех вышеперечисленных параметров в силу языковой традиции, закрепленной для определенных ситуаций его использования.

В Каталонии каталанский этикет наиболее зависим от параметра «Свой»/«Чужой», в то время как испанский этикет выбирается говорящими без учета данного параметра.

Таким образом, исследуя одну социальную группу в разных регионах, мы установили, что языки этикета внутри одной языковой ситуации могут быть в разной степени связаны с одним параметром социального контекста, в частности, с параметром «Свой»/«Чужой». Возможно также взаимовлияние параметров, как в случае с английским языком в Индии, где параметр «Свой»/«Чужой» приобретает значимость только в связи с параметром социального статуса.

Помимо этого, языки этикета из разных языковых ситуаций могут демонстрировать сходные стратегии использования, в зависимости от степени связанности с тем или иным параметром социального контекста: английский и каталанский демонстрируют общие стратегии, так как их выбор обусловлен одним и тем же параметром «Свой»/«Чужой».

Таким образом, чем сильнее маркированность по какому-то социальному параметру одного из языков в двуязычной языковой ситуации ощущается говорящими, тем последовательнее этикетные выражения на этом языке будут выбираться говорящими в ситуациях, имеющих противопоставление по этому параметру. В нашем случае сильная связь между языком и параметром «Свой»/«Чужой» проявляется в использовании каталанских этикетных выражений в Каталонии.

Как мы видим, выбор тех или иных этикетных выражений в двуязычных регионах неслучаен: он может быть в разной степени обусловлен параметром «Свой»/«Чужой».

Итак, две языковые ситуации демонстрируют общую тенденцию разделения социальных параметров, если оно значимо для говорящих. Таким образом, использование разных языков в этикетных выражениях при двуязычии, во-первых, характерно для ситуаций двуязычия, во-вторых, функционально нагружено.

Учитывая всё вышесказанное, мы признаем существование языкового выбора в сфере речевого этикета, обусловленного факторами социального контекста, в частности, параметром «Свой»/«Чужой» в двуязычных языковых ситуациях Каталонии и Северной Индии.

#### Список литературы

1. Bravo D. Las implicaciones del estudio de la cortesía en contextos del español // *Pragmatics*. Brussels: John Benjamins, 2008. P. 577–603.
2. Mehrotra R.R. Sociolinguistics in Hindi Contexts. Mouton de Gruyter, 1985. P. 95–117.
3. Толиби С. Функционирование языка в конкретных социально-релевантных условиях (на примере языка хинди) // *Вестник МГИМО. Филология*. 2012. № 2. С. 223–229.
4. Белл Р.Т. Социоллингвистика. М.: Международные отношения, 1980. 320 с.
5. Словарь социоллингвистических терминов. М.: Институт языкознания РАН, 2006. 312 с.
6. Алпатов В.М. Япония: язык и культура. М. Языки славянских культур, 2008. 208 с.
7. Алпатов В.М. Категории вежливости в современном японском языке. М.: URSS, 2011. 145 с.
8. Bargiela-Chiappini Francesca, Kádár Dániel Z. Politeness across cultures. AIAA, 2011. 290 p.
9. Стернин И.А. Русский речевой этикет. Воронеж: Воронеж. обл. ин-т повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1996. 123 с.
10. Беляева Е.И. Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1992. 168 с.
11. Гольдин В.Е. Речь и этикет. М.: Просвещение, 1983. 109 с.
12. Егорова М.А. Контрастивно-прагматический анализ способов реализации просьбы: сопоставление британской, американской и русской традиций: Дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1995. 181 с.
13. Неверов С.В. Ещё раз об этикете // *Проблемы Дальнего Востока*. 1991. 5. ИДВ РАН. С. 177–181.
14. Красных В.В. Свой среди чужих: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 325 с.
15. Лабов У. О механизме языковых изменений // *Новое в лингвистике*. Вып. VII. М., 1975. С. 199–228.
16. Grieve J. Sociolinguistics: Quantitative Methods // *The encyclopedia of applied linguistics*, 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405198431.wbeal1090/full> (дата обращения: 17.09.2017).
17. Зубарева А.А. Формулы русского речевого этикета: социоллингвистическое исследование. Пермь: Перм. гос. ун-т, 2007. 247 с.

**INFLUENCE OF THE «FRIEND / FOE» FACTOR  
ON THE CHOICE OF ETIQUETTE IN BILINGUALISM**

*A.A. Solovyeva*

In this article, we explore the sociolinguistic «friend-foe» identification as a factor that influences the linguistic choice in the bilingual situations of Northern India and Catalonia. The analysis of the statistical data about the 16–35 years old focus group allows us to conclude that the correlation between the factor and the language choice really exists and the grade of such correlation depends on the importance of this factor of identification according to the region. In Northern India, language choice is related to the person's social status and is less motivated by the «friend-foe» factor than Catalonia where the connection between the factor and the language choice is caused by the national component.

*Keywords:* sociolinguistics, bilingualism, language choice, etiquette.

*References*

1. Bravo D. Las implicaciones del estudio de la cortesía en contextos del español // *Pragmatics*. Brussels: John Benjamins, 2008. P. 577–603.
2. Mehrotra R.R. Sociolinguistics in Hindi Contexts. Mouton de Gruyter, 1985. P. 95–117.
3. Tolibi S. Funkcionirovanie yazyka v konkretnyh social'no-relevantnyh usloviyah (na primere yazyka hindi) // *Vestnik MGIMO. Filologiya*. 2012. № 2. S. 223–229.
4. Bell R.T. Sociolingvistika. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1980. 320 s.
5. Slovar' sociolingvisticeskikh terminov. M.: Institut yazykoznaniya RAN, 2006. 312 s.
6. Alpatov V.M. Yaponiya: yazyk i kul'tura. M. Yazyki slavyanskih kul'tur, 2008. 208 s.
7. Alpatov V.M. Kategorii vezhlivosti v sovremennom yaponskom yazyke. M.: URSS, 2011. 145 s.
8. Bargiela-Chiappini Francesca, Kádár Dániel Z. Politeness across cultures. AIAA, 2011. 290 p.
9. Sternin I.A. Russkij rechevoj etiket. Voronezh: Voronezh. obl. in-t povysheniya kvalifikacii i perepodgotovki rabotnikov obrazovaniya, 1996. 123 s.
10. Belyaeva E.I. Grammatika i pragmatika pobuzhdeniya: anglijskij yazyk. Voronezh: Izd-vo Voronezh. gos. un-ta, 1992. 168 s.
11. Gol'din V.E. Rech' i etiket. M.: Prosveshchenie, 1983. 109 s.
12. Egorova M.A. Kontrastivno-pragmaticeskij analiz sposobov realizacii pros'by: sopostavlenie britanskoj, amerikanskoj i russkoj tradicij: Dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 1995. 181 s.
13. Neverov S.V. Eshchyo raz ob etikete // *Problemy Dal'nego Vostoka*. 1991. 5. IDV RAN. S. 177–181.
14. Krasnyh V.V. Svoj sredi chuzhih: mif ili real'nost'? M.: Gnozis, 2003. 325 s.
15. Labov U. O mekhanizme yazykovyh izmenenij // *Novoe v lingvistike. Vyp. VII*. M., 1975. S. 199–228.
16. Grieve J. Sociolinguistics: Quantitative Methods // *The encyclopedia of applied linguistics*, 2012 [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405198431.wbeal1090/full> (data obrashcheniya: 17.09.2017).
17. Zubareva A.A. Formuly russkogo rechevogo etiketa: sociolingvisticeskoe issledovanie. Perm': Perm. gos. un-t, 2007. 247 s.