

УДК 17.022.1

НАРУШЕНИЕ ПРИНЦИПА ВЕЖЛИВОСТИ В ОБЩЕНИИ

Е.В. Крох

*Полесский государственный университет,
Пинск, Республика Беларусь, kroh.e@polessu.by*

В данной статье рассматривается определение максимы вежливости, ее характеристики и ключевые аспекты, что представляет собой один из базовых элементов при изучении межкультурных коммуникаций, стратегий коммуникативного поведения и практикумов по культуре речевого общения лингвистических специальностей.

Ключевые слова: лингвистическая вежливость, позитивная вежливость, негативная вежливость, стратегия вуалирования.

Достаточно часто можно заметить использование клише в общепринятых нормах поведения, иными словами в этикете. Реализация этикетных норм предполагает собой вежливую коммуникацию собеседников, то есть проявление уважения друг к другу. Определение вежливости как хороших манер акцентирует процессуальную сторону (поведенческий, внешний план) этого явления. Внешняя сторона является автономной в некоей мере, поэтому хорошие манеры могут сочетаться с низкими целями и отсутствием уважения к человеку.

Вежливость неоднократно попадала в поле изучения лингвистов. Основы теории вежливости были заложены в работе П. Браун и С. Левинсона «Politeness: some universals on language usage». Кроме того, опираясь на труды Американского социолога Эрика Гоффмана, авторы избирают базовым элементом своей теории понятие лица, в котором заключаются две противоборствующие потребности человека: с одной стороны, желание получить одобрение и положительную оценку собеседника (*positive face*), с другой – иметь независимое мнение и относительную свободу суждений (*negative face*). Таким образом, под лингвистической вежливостью понимают умение правильно использовать интерактивные стратегии, исходя из ситуации общения [3]. С их помощью коммуникант способен произвести хорошее впечатление на собеседника и создать позитивный образ или, наоборот, расширить свое персональное пространство, как утверждает Джанет Холмс [4].

В лингвистической литературе вежливость анализируется также в двух направлениях: с одной стороны, в плане исследования общих стратегий поведения, с другой – в плане выявления специфики выражения положительного отношения к человеку на материале частных речевых актов в конкретном языке (извинения, благодарности, комплименты, выражение сочувствия и т.д.). Первое направление представлено в монографии П. Браун и С. Левинсона «Вежливость: некоторые универсалии языкового употребления» и является некоей пограничной областью между социолингвистикой и прагмалингвистикой. Второе направление является предметом изучения прагмалингвистики и связано с изучением этикета и речевых актов [1, с. 88].

В основе теоретической концепции П. Браун и С. Левинсона лежит понятие общественного лица как самоуважения индивида, который в процессе общения стремится защитить свое лицо, отклоняясь тем самым от ясной и прямой коммуникации. На этой основе выделяются стратегии:

- позитивной вежливости (проявление интереса, сочувствия);
- негативной вежливости (выражение пессимизма, извинение) вежливости [3].

Более того, при оценке угрожающих лицу актов (*face threatening acts*) учитываются три базовые социокультурные переменные: социальная дистанция между говорящими (*distance*), степень влияния друг на друга (*power*) и иерархия (*ranking*) [4].

Существуют два основных желания, связанных с самоуважением (сохранением лица):

1. Желание не испытывать помех в своих действиях,
2. Желание получить одобрение.

Эти желания определяют общие поведенческие стратегии смягчения угрозы самоуважению человека, а именно: негативную и позитивную вежливость. Негативная вежливость связана с предоставлением свободы человеку, позитивная вежливость – с демонстрацией единства и солидарности [1, с. 88].

Целью вежливого поведения является представление и убеждение собеседника в добром к нему отношении, тем самым вызывая доброе отношение к самому себе [2, с. 52]. Цель невежливого поведения – стремление выйти на открытый конфликт и выяснить отношения на персональной дистанции, желание унижить партнера по общению, подорвать его статусную оценку на социальной дистанции. Невежливое поведение может и не иметь вовсе цели, что свидетельствует в таком случае лишь об эмоциональном срыве и несдержанности. Предполагаемые и фактические реакции могут не совпадать, так как вежливое обращение может спонтанно вызвать неожиданно отрицательную реакцию, а намеренное оскорбление может и не реализоваться вовсе.

Выделяют три типа поведенческих актов, ограничивающих свободу человека:

- 1) предопределение будущего действия этого человека (приказы, просьбы, советы, напоминания, угрозы и предупреждения);
- 2) вовлечение человека в долг (предположения и обещания);
- 3) выражение желания что-либо получить от человека в будущем (комплименты, выражения зависти и восхищения, а также выражения ненависти и гнева, возжеления)

Существует также два типа поведенческих актов, ставящих под удар позитивную самооценку:

- 1) отрицательная оценка поступков или мнений человека (выражение неодобрения, критики, презрения, насмешки; жалобы, обвинения и оскорбления, а также возражение, несогласие и вызов);
- 2) игнорирование достоинств человека (выражение бесконтрольных эмоций, использование табуированных тем, сообщение отрицательной информации о человеке и положительной информации о самом себе, создание чрезмерной эмоциональной атмосферы, явное невнимание к человеку, неправильное обращение к человеку) [1, с. 88].

Все поведенческие акты, ограничивающие свободу или ставящие под удар самооценку человеку, реализуются в трех типовых стратегиях:

1. Намеренная неясность, вуалирование смысла посредством метафоры, иронии, риторических вопросов, различных намеков. Реализация стратегии вуалирования состоит в том, чтобы избежать навязывания своей позиции и стремиться не задеть собеседника явно, тем самым сохраняя свое лицо.
2. Прямое выражение смысла без смягчающих средств;
3. Вежливое выражение смысла в виде негативной (предоставление свободы действий) и позитивной вежливости (выражение солидарности говорящего со слушающим).

Теория вежливости П. Браун и С. Левинсон многими рассматривается как стандартная, но она также представляет собой ценность как модель, которая реализует различные стороны статусной оценки человека. В ряде случаев они руководствовались симметричностью стратегий позитивной и негативной вежливости. К примеру, стратеги оптимизма и пессимизма. Они утверждают, что негативной вежливости соответствует пессимизм в упаковке просьбы, то есть использование отрицания, для того, чтобы получить четко отрицательный ответ от адресата и в то же время не потерять свое лицо. Пессимизм негативной вежливости предпола-

гает большую вероятность отрицательного ответа, но допускает и положительный ответ. Оптимизм позитивной вежливости фактически не оставляет адресату возможности дать отрицательный ответ и не потерять лицо [1, с. 90].

Теория вежливости П. Брауна и С. Левинсона достаточно обстоятельная, вызывает интерес для изучения и по сей день. Её концепция была использована при кросс культурном сопоставлении речевых актов, в гендерных исследованиях, применялась в социальной психологии и в других сферах. Однако, несмотря на очевидный вклад ученых в становление и развитие теории вежливости, работа Браун и Левинсона получила целый ряд критических отзывов, что дает основу для изучения феномена вежливости далее, оставаясь актуальной и в современном мире.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Карасик, В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик. – Москва: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. – 330 с.
2. Морозова, И.И. Коммуникативные стратегии вежливости в стереотипном речевом поведении викторианской женщины: дис. канд. ... филол. наук: 10.02.04 / И.И. Морозова. – Харьков, 2004. – 120 с.
3. Центр СоциоКогнитивных Исследований Дискурса при МГЛУ [Электронный ресурс] / Центр социокогн. исслед-й дискурса при МГЛУ. – Москва, 2026. – Режим доступа: <http://scodis.ru/%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BC/%D0%B3%D0%BB%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B9/%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F-%D0%B2%D0%B5%D0%B6%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/> – Дата доступа: 08.05.2026
4. Holmes, J. Politeness Strategies as Linguistic Variables / J. Holmes. – Wellington: Victoria University of Wellington, Elsevier Ltd, 2006.

VIOLETION OF THE POLITENESS PRINCIPLE IN COMMUNICATION

A.V. Krok

Polessky State University

Pinsk, The Republic of Belarus, kroh.e@polessu.by

This article examines the definition of the maxim of politeness, its characteristics and key aspects, which represents one of the basic elements in the study of intercultural communications, strategies of communicative behavior, and workshops on the culture of speech communication in linguistic fields.

Keywords: linguistic politeness, positive politeness, negative politeness, veiling strategy.