

СВЕТСКИЙ КОД ОБЩЕНИЯ В АМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Светский код общения, созданный во Франции три столетия тому назад и заимствованный европейскими государствами, не обошел стороной и американский континент. Известные во всем мире книги- инструкции - *Lapham's Rules of Influence: A Career's Guide to Success, Status, and Self-Congratulation*, *Dale Carnegie's How to Win Friends and Influence People*, *George Washington's 110 Rules of Civility and Decent Behavior in Company and Conversation*, etc. - послужили объектом для исследования тех лингвистических и экстралингвистических характеристик, которые ассоциируются с атрибутами высокого статуса и материального благополучия, и, следовательно, с ценностными приоритетами американской культуры, и их сопоставления с признаками европейского светского кода общения.

Являясь мировым лидером в процессах глобализации, Америка, несмотря на исторически сложившуюся тенденцию противопоставлять себя Европе и отождествлять себя с «особой», «свободной» и «демократической» страной, разделяет европейский светский код общения, привнося в него, между тем, черты национального своеобразия. «Для развития искусства в Америке (музыки, танца, архитектуры, изобразительного искусства, литературы) характерно наличие напряжения, определяющееся тем фактом, что мощным источником вдохновения служили одновременно изощренные европейские образцы и стремление воплотить уникальный опыт своей страны» [Подлинно американское искусство- URL: <http://www.infousa.ru/society/portrait/ch.10.htm>].

Проводя исследование в области изучения «светскости» на американском континенте и его национально-функциональной специфики, следует очертить особенности, заложенные в основание культуры с начала ее формирования. По сравнению с Британией в ней отсутствовала структурированная классовая система, иерархия и класс аристократии, вместо аристократа Америка создала образ американца - простака, своего парня. В основе американского характера лежит темперамент культурного трио - янки, жителей лесной глуши (*backwoodsman*) и чернокожего американца, которое отражает колорит нового континента, как с точки зрения темперамента, культуры и традиций каждого из них, так и с точки зрения стремления к свободе и отрицанию предшествующего опыта. Оно и представляет Америку, ярче

всего в лице чернокожего американца, который по степени эмоциональности и выражения этой эмоциональности был непревзойденным. Об этом пишет Констанс Перк в своей книге “*American Humor: The Story of the National Character*”, до сих пор являющейся одной из наиболее фундаментальных исследований в области американской культурологии [Rourke 1931]. Автор отмечает также, что американцы возникли как театральная нация. Испытующий взгляд и внимание, а также критика со стороны Старого Света и Англии привели их к внешнему самовыражению, к маскараду, унаследованному от британцев и культивируемому в развлекательных целях и для сокрытия истинных чувств. - *The Americans had in fact emerged as a theatrical race. No doubt many obscure influences tended to create this bias of character. The new country made a strangely painted backdrop before which the American seemed constrained to perform; and every powerful force in pioneer life led toward outward expression* [Rourke 1931]. Жизнерадостность, хвастовство и фантазия, приобретшие гротескные формы, а также шутки, смех и юмор, в основе которых лежит ирландский и негритянский юмор, отличающийся грубым физическим характером, – все это часть маскарада, скрывающего все трудности преодоления самих себя и суровых географических и климатических условий на начальном этапе освоения Америки.

О том, что Америка опиралась на богатый культурный опыт Европы, свидетельствуют вышеназванные книги, которые были написаны либо на основе уже имевшейся в Европе литературы, либо на примерах выдающихся деятелей, по большей части, представителей британской культуры. Например, Льюис Лэпхэм ссылается на книгу *110 Rules of Civility and Behavior in Company and Conversation* Джорджа Вашингтона, которая на самом деле является первым переводом свода французских правил, приписываемого Френсису Хокинсу и датированного 1640 годом. Во Франции он появился в 1595 году и был составлен французскими иезуитами [Washington URL: [http:// wwwFOUNDATIONSmag.com/civility.html](http://wwwFOUNDATIONSmag.com/civility.html)]. Джордж Вашингтон использовал этот свод правил по настоянию своего школьного учителя в целях отработки чистописания. Упоминается работа Бенджамина Франклина *Poor Richard's Almanack*, которая также основывается на европейских, а точнее, британских традициях Джонатана Свифта. Это отражается как в заимствованном псевдониме Richard Saunders по аналогии со свифтовским Isaac Bickerstaff, так и в характере и тематике самого альманаха, издававшегося с 1732 по 1758 год [Poor Richards' Almanack - URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Poor_Richard's_Almanack]. А книга Дейла Карнеги построена на анализе богатейшего опыта выдающихся деятелей двух континентов - от британской королевы и приближенных ко двору британских аристократов до выдающихся

бизнесменов и президентов Америки, что также является свидетельством глубокого и всеобъемлющего влияния европейской культуры на культуру американского общества.

Следует обратить внимание на названия исследуемых книг – они не звучат высокопарно и никак не ориентируют читателя на привилегированность, исключительность или аристократизм. Это практические руководства и рекомендации, направленные на то, чтобы помочь каждому, заинтересованному в карьерном росте, увеличении и преумножении своего благосостояния и установлении оптимально гармоничных условий в общении с людьми. Необыкновенная популярность книг Карнеги во всем мире уже на протяжении более полувека свидетельствует об универсальном характере его системы, не знающей культурных границ и ограничений. А демократичный и очень практичный подход к освещению социально значимых и шире – общечеловеческих проблем, всесторонность выводов и положений подчеркивают особенности американского характера и стиля жизни.

Книги Лэпхема и Карнеги, как показывает исследование, строятся в первую очередь на знаниях психологии и этики в человеческом общении. «Эпоха Ренессанса заложила основы всей последующей европейской цивилизации. На ее основе создалась культура гуманизма, идея ценности человеческой личности, возникло замечательное искусство. Одновременно получили импульс идеи национальности, средневековое вселенство сменилось идеями национальных языков и национальных культур, стали складываться национальные государства с централизованным аппаратом управления. Усовершенствовались не только технические машины, но и государственные. Техника управления – от бухгалтерской отчетности до машины власти – также пережила революционный переворот. Печать, строительство дорог, усовершенствование сухопутных и морских средств связи совершенно изменили коммуникационную психологию человека» [Лотман 2004 в, 627].

Коммуникационная психология человека определяет взаимоотношения людей и поэтому является «ключом» к успеху. Прикладная психология выступает на первый план и в работах Карнеги и Лэпхема. И в этом прослеживается связь между первыми светскими салонами Франции и книгами американских авторов. Франция как центр светскости создала в XV11 в. эталон человеческого общения, который строился на элегантности и куртуазности, обольстительности и взаимном удовольствии. – *It was an ideal characterized by elegance and courtesy, an ideal that countered the logic of force and the brutality of instinct with the art of living together based on seduction and reciprocal pleasure* [Cravery 2006, IX]. И, конечно, этот идеал был создан благодаря глубоким познаниям в области психологии и на основе толерантности и уважения друг к другу.

“The favored themes were psychology and love, the two subjects in which women could excel without training, thanks to their sensibility, intuition, and awareness of the ways of the world” [Cravery 2006, 20]. *“They all shared an interest in literature, a love of language, and a passion for conversation. They had psychological insight and were refined and unyielding in matters of taste”* [Cravery 2006, 167]. *“The game – almost as old as French aristocratic civilization – consisted of raising various points concerning love or suggesting maxims on the subject so that players could display such valued social virtues as psychological acumen, wit, and refinement”* [Cravery 2006, 120].

Дейл Карнеги восстанавливает то, что было создано во Франции три века тому назад, и даже раньше. Вернее, «Культурная память как творческий механизм не только панхронна, но и противостоит времени. Она сохраняет прошедшее как пребывающее» [Лотман 2004 а, 674]. По мнению Ю. М. Лотмана, «Каждая культура определяет свою парадигму того, что следует помнить (то есть хранить), а что подлежит забвению. Последнее вычеркивается из памяти коллектива и «как бы перестает существовать». Но сменяется время, система культурных кодов, и меняется парадигма памяти-забвения». [Лотман 2004 а, 675].

Карнеги предлагает систему (“...system of training that is unique”), которая уже существовала в мировой культуре и была несколько утрачена в связи с изменившимся кодом эпохи. Систему, базирующуюся на уникальном соединении мастерства публичного выступления, умения заинтересовать людей и знаний прикладной психологии (“...a striking combination of public speaking, salesmanship, human relations and applied psychology”). Основные постулаты прикладной психологии Карнеги строятся на работах психолога Б.Ф. Скиннера (B.F.Skinner), экспериментально доказавшим, что животное, поощряемое за хорошее поведение, быстрее обучается и более эффективно закрепляет заученное, чем то, которого наказывали. Отсюда одно из положений Карнеги – никогда не критикуйте людей, ибо критика порождает в ответ только негодование. На работах психолога Ханса Сели (Hans Selye), который считал, что насколько сильно мы желаем одобрения, настолько же сильно мы боимся порицания - *“As much as we thirst for approval, we dread condemnation”* [Carnegie 1981, 58]. А также на теории Зигмунда Фрейда: поведение человека определяется двумя мотивами - сексуальностью и желанием быть великим. Философ Джон Дьюи (John Dewey) также подчеркивает, что самое глубокое желание у человека – это стать великим и значимым – *«The desire to be great, the desire to be important»* [Carnegie 1981, 30]. Исходя из вышеприведенных теорий, Карнеги формулирует следующие положения: никогда не критикуйте; давайте людям доброе слово признания, честно и

искренне признавая в них хорошие черты; говорите с человеком о том, что является предметом его желаний; пробудите в нем желание; смотрите на вещь под его углом зрения.

«Доброе слово признания» часто принимается за лесть, что также не ново. Светский язык во Франции не обходился без слова *complaisance* (любезность), оно часто использовалось в *Divers Portraits*. – *In its originally accepted form, complaisance was inseparable from politesse and indicated the wish, common to most of society, not to enter into an argument but to be unreservedly obliging to an interlocutor, even at the expense of one's own character* [Cravery 2006, 162]. Но позже это слово попало в разряд сомнительных, и потому было заменено словом «лесть» (*flattery*). – *...an excess of courtesy could suddenly be risky. One small false step and complaisance came – dangerously close to flattery ...only by subtlety and worldly know-how could the balance be kept* [Cravery 2006, 162]. Тонкую грань между двумя близкими по значению существительными очень хорошо чувствовали французские аристократки. Желание, с одной стороны, преподнести себя в светском обществе и занять в нем достойное место, с другой стороны, быть действительно тем, кем хочешь казаться, заставляло их смотреть на себя глазами других людей. – *They say nothing of their private feelings. While waiting for “God to touch their hearts,” the only passionate feelings allowed are pride, the longing for glory, and family ambition* [Cravery 2006, 163]. Сравним с цитатой из книги Карнеги – «Из своей системы поведения я исключил также всякий критицизм. Вместо порицания теперь стремлюсь найти место для признания и похвал. Я прекратил разговоры о своих желаниях. Стараюсь теперь понять точку зрения другого человека» [Carnegie 1981, 46].

Карнеги также затрагивает вопрос лести. – *Попытаемся уяснить достоинство другого человека. Тогда не будет нужды в лести. Давайте честно и искренне признавать хорошие черты в других!* [Carnegie 1981, 74].

Подобное находим и в руководстве Лэпхема – “*...the sweetest flatteries turn stale unless refreshed by new and joyous discoveries of unsuspected virtue and talents previously unknown. Vary the adjectives and angles of approach*” [Lapham 1999, 90].

Другой составляющей системы Карнеги является талант публичного выступления, который входит в более широкую категорию “*appearence*”, что на современном языке называется персональным имиджем. Остановимся на нем. Он предполагает как умение создавать впечатление своим внешним видом и манерами, так и умение красиво говорить. “*...conversation obeyed strict laws that guaranteed harmony based on perfect equality. These were laws of clarity, measure, elegance, and regard for the*

self-respect of others. A talent for listening was more appreciated than for speaking. Exquisite courtesy restrained vehemence and prevented quarrels” [Cravery 2006, XIII]. Ясность, размеренность, неторопливость, элегантность и уважение к собеседнику – отличают высокий статус говорящего. Этот аспект занимал особое место в светской культуре Франции и позже других европейских стран. – *The obligations of “appearance” were, of course, not limited to producing physical style and elegant gestures but placed equal emphasis on the art of speaking. Here too, the apprenticeship began in early childhood, drawing on the purity of the mother tongue and a system of transmitting feminine culture, which was essentially oral and suited to pedagogical conversation* [Cravery 2006, 15]. Итак, внешнее впечатление создавалось как стилем и элегантностью манер, так и искусством говорить, которому обучались с детства и которое являлось частью женской культуры, ибо оно было устным и служило целям педагогического воспитания. Карнеги в главе «Простой способ произвести хорошее впечатление» отмечает, что *выражение, которое женщина «надевает» на свое лицо, оставляет большее впечатление, нежели платье, которое она надевает на свое тело. А поступки «говорят» громче, чем слова, а улыбка «говорит»: «Вы мне нравитесь. Вы делаете меня счастливым. Я рад видеть вас»* [Carnegie 1981, 70]. Отсюда следует, что внешним атрибутам человека придается огромное значение, что объясняется как культурными особенностями Америки – театрализованностью поведения и «маскарадом», о которых пишет Констанс Рерк, так и, возможно, преобладающим культурным кодом, определяемым как постмодернизм. В книге Лэпхема рекомендации по поводу внешнего вида сводятся к следующему – *Все ваши сомнения относительно наряда должны быть разрешены в пользу ненавязчивых тонов и неброских украшений. Только большие знаменитости могут позволить себе устанавливать моду и выражать свою индивидуальность, как говорят журналисты. Униформа всегда подойдет, а смокинг – всегда уместен* [Lapham 1999, 20]. Отдавая должное авторскому чувству юмора, пародийному модусу его повествования, которое также можно рассматривать в рамках постмодернизма как основного «шифра» эпохи, нельзя не отметить, что авторскому осмеянию подвергается «обезличивание» человека в современном обществе.

Лингвистический аспект, не получивший освещения в книге Карнеги, отражается в качестве основных «знаков» светской, или социально маркированной «вверх», речи в руководстве Лэпхема. Автор, в частности, указывает на предпочтительность прилагательных перед существительными, и абстрактных слов перед конкретными словами, и особенно таких, как “postmodern”, “amusing”, “enigmatic”, “global”, “empowering”, которые уместны при любых обстоятельствах.

Иронизируя по поводу использования абстрактных слов, автор тем самым более выпукло передает социальную составляющую этого класса существительных. Исследования в области социолингвистического изучения речи представителей высших классов Великобритании [Ивушкина 1998] дают нам основание согласиться с рекомендациями Лэпхема. Прилагательные действительно являются наиболее ярким «знаком» социального статуса говорящего, как и абстрактные существительные, которые до сих пор отражают ценности светской культуры, построенной на абстрактных понятиях. Следует отметить, однако, что как прилагательные, так и абстрактные существительные имеют социальную дифференциацию внутри своего класса: клишированный характер или творческий подход к употреблению вышеназванных частей речи являются индексом образованности и социального положения говорящего. Ярким примером социальной обусловленности класса абстрактных существительных служит следующий отрывок. - *Without a deep understanding between the sexes, chivalry, gallantry, and honnêteté were in fact impossible ideals. Nobility and the elegance of French aristocratic life developed from a single challenge. Proud of their differences, rich in their various experiences, men and women were united in their passion for society life. For its sake they showed themselves willing to sacrifice the most violent individual feelings, sometimes even their profoundest aspirations, receiving in exchange the right of belonging to a world of pleasure, diversion, and entertainment. A world of like-minded people where beauty and worth were newly allied and where the only laws to be respected were those of common accord* [Cravery 2006, 23].

При сравнении абстрактных существительных двух различных временных периодов не трудно заметить, что все они служат своеобразными культурными «знаками», отражающими как время, так и меняющиеся ценности общества.

Иронией и насмешкой над условностями американского общества, которое, являясь демократическим государством по определению, ничуть не уступает монархической Англии, пронизана книга Лэпхема. Он отмечает, что Америка, управляемая коммерческой олигархией, которая, по сути, опутала всю государственную систему и поставила в зависимость от себя получение работы, пенсии, медицинского страхования, членства в клубах и т.д., заставляет американцев учиться у европейцев искусству «добиваться места при дворе» [Lapham 1999, XY]. Искусству, в котором американцы, по словам Алексиса-де-Токвилла, французского путешественника, автора книг об особенностях американской демократии, удивительно преуспели [Tocqueville 1863, 15]. Философские и этические вопросы, вопросы о морали, истине, поэзии и поэтах прошлых веков, как и вопросы социального протеста,

кажутся сегодня пустыми и ненужными. Они отошли в прошлое, отмечает автор, и на смену им пришли вопросы о ценах на апартаменты в Нью-Йорке, зарплаты, и как добиться к ним доступа. И хотя код эпохи сменился, светский код общения преломляется через «шифр» эпохи и служит целям достижения успеха в социальной и материальной сфере. Этим же целям служат эвфемизмы - *Study the advertisements for cosmetics and detergents and learn to speak a language that is salt-free, risk-averse, baby-soft* [Lapham 1999, 24]. Недооценка и переоценка, как показало исследование Е.А.Власовой [Ивушкина, Власова, 2005], - не что иное, как маска для сокрытия истинных чувств и настроения, разные виды недооценки/переоценки отражают социальный статус англичанина. А также клише – *“The empty word is the correct word”* [Lapham 1999, 19]; формы политкорректности – *“Don’t quarrel with it! The polite form of the XVIII c. etiquette required your forebears to drink toasts to the health of King George”* [Lapham 1999, 35], и другие особенности, которые способствуют выражению неискренности и созданию «маски». Как заметил Лэпхем, *“...they smile with their mouths but not their eyes”* [Lapham 1999, X11].

На имидж работают и материальные вещи (одежда, дома, машина, частный самолет), принадлежность к клубу, которые выступают очень важной информацией о социальном статусе американца.

Век компьютерных технологий, высочайших информационных систем вызвал «коренную перемену в статусе языка, его места в обществе, престижа». «Не случайно вехами великих научно-технических переворотов являются рубежи коммуникативной техники: письменность, печать, эпоха телевизоров, магнитофонов и ЭВМ. Природа референции и прагматики речи для каждого из периодов претерпевает глубокие изменения. [Лотман 2004 в, 637]. Как показывает анализ книг американских авторов, светский код общения, созданный во Франции более трех веков тому назад, заимствуется и американским обществом. Он сохраняет свои отличительные признаки, вместе с тем, как бы преломляется через культурное своеобразие Америки, и через «преобладающий шифр» эпохи. Основной код культуры, постмодернизм, отражающий прорыв в системе человеческой коммуникации, который был вызван возможностями Интернета, и новых технологий, «адаптировал» светский код общения к новым потребностям американского общества. Технологии, меняя мир, создают все увеличивающийся разрыв в социальных отношениях между индивидуумами и чувство отчуждения и одиночества – *“...a sense of lost community, lost history, and therefore ultimately of the lost or alienated self”* [Niall 2001, 47]. Светский код общения стал

культурным символом социального и материального преуспевания, успешной самореализации человека в современном обществе.

Список литературы:

1. **Ивушкина Т. А.** Социолингвистические аспекты развития английской речи (на материале речевых характеристик представителей высших классов Великобритании в произведениях английской художественной литературы). Дис. ...докт. филол. наук. М. 1998. - 295 с.
2. **Ивушкина Т. А., Власова Е. В.** Недооценка и переоценка в речи современного англичанина: социолингвистический аспект. Волгоград: Перемена. 2005. -148 с.
3. **Ивушкина Т. А., Крюков Д. В.** Письма английской аристократии Викторианской эпохи: социолингвистические характеристики. Волгоград: Назарет-Партер, 2005. -170 с.
4. **Лотман Ю. М.** Память о культурологическом освещении// Семиосфера. Санкт-Петербург: «Искусство - СПб», 2004.(а) с. 673-676
5. **Лотман Ю. М.** О семиотическом механизме культуры// Семиосфера. Санкт-Петербург: «Искусство - СПб», 2004. (б) с. 485-504
6. **Лотман Ю. М.** Технический прогресс как культурологическая проблема// Семиосфера. Санкт-Петербург: «Искусство - СПб», 2004.(в) с. 622- 639
7. Подлинно американское искусство. Глава 10. - URL: <http://www.infousa.ru/society/portrait/ch.10.htm> (дата обращения: 16 февраля 2010)
8. Современное зарубежное литературоведение. Энциклопедический справочник. М.: Интрада, 1996. - 318 с.
9. **Carnegie, Dale** How to Win Friends and Influence People. N.Y.: Simon and Schuster. 1981 – URL: <http://www.docstoc.com/docs/14386061/Dale-Carnegie-How-To-Win-Friends-And-Influence-People> (дата обращения: 23 февраля 2010)
10. **Craveri, Benedetta** The Age of Conversation. N.Y.: Nyrb, 2006. - 488p.
11. **Franklin, Benjamin** Poor Richard’s Almanack – URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Poor_Richard’s_Almanack (дата обращения 15 февраля 2010)
12. **Lapham, Lewis** Rules of Influence: A Career’s Guide to Success, Status, and Self-Congratulation. N.Y.: Random House, 1999. -131 p.

13. **Niall, Lucy** Beyond Semiotics: Text, Culture and Technology. Continuum International Publishing, 2001. - 175 p.

14. **Rourke, Constance** American Humor: The Story of the National Character. N.Y. 1931. - 253 p.

15. **Tocqueville, Alexis** Democracy in America. 3 –d ed. Cambridge: Sever and Francis, 1863. – URL: http://xroads.virginia.edu/~HYPER/DETOC/toc_indx.html (дата обращения: 23 февраля 2010)

16. **Washington, George** 110 Rules of Civility and Decent Behavior in Company and Conversation – URL: [http:// www.foundationsmag.com/civility.html](http://www.foundationsmag.com/civility.html) (дата обращения: 20 февраля 2010)