

# ЭТНИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЕ В ЯЗЫКЕ И КОММУНИКАЦИИ<sup>1</sup>

## Ethnic identity in language and communication<sup>2</sup>

*Татьяна Викторовна Ларина, Владимир Иванович Озюменко*  
*Российский университет дружбы народов*  
*Москва (Россия)*

Tat'yana V. Larina, Vladimir I. Ozyumenko  
Universidad de la Amistad de los Pueblos  
Moscú (Rusia)  
tatiana@larina.tv, vladimir@ozyum

ISSN: 1698-322X ISSN INTERNET: 2340-8146

Fecha de recepción: 02.11.2016

Fecha de evaluación: 19.12.2016

*Cuadernos de Rusística Española n° 12 (2016), 57 - 68*

### РЕЗЮМЕ

В ситуации расширения межкультурного взаимодействия проблема идентичности стала особенно актуальной (Besemeres, Wierzbicka 2007; Jenkins 2004, Phinney 2003, Phinney and Ong 2007, Spreckels and Kotthoff 2009, Дзякович 2010, Истомина 2009 и многие др.). В результате процессов глобализации и миграции, люди постоянно сталкиваются с представителями иных культур, для бесконфликтного и эффективного взаимодействия с которыми важно понимание себя и других. В статье рассматриваются некоторые аспекты этнической идентичности русских, касающиеся их представления о себе и о взаимодействии с другими, через сопоставление с представителями английской (англосаксонской) культуры. Результаты лексико-семантического, лингвокультурологического, прагматического и дискурсивного анализа показали, что, несмотря на значительные изменения, которые произошли в России за последние 20-25 лет, для сознания русских в большей степени характерна *мы-ориентированность*, которая контрастирует с *я-ориентированностью* представителей англоязычных культур. Данные различия в сознании и идентификации закреплены на различных уровнях языка – лексическом (в культурной семантике слов), фразеологическом, грамматическом, стилистическом – и находят яркое проявление в коммуникации.

*Ключевые слова:* этническая идентичность, *я-культура*, *мы-культура*, *я-идентичность*, *мы-идентичность*, коммуникативный этностиль, межкультурная коммуникация.

### ABSTRACT

In a situation of increasing intercultural communication, the problem of identity has become particularly topical (Besemeres, Wierzbicka 2007; Jenkins 2004, Phinney 2003, Phinney and Ong 2007, Spreckels and Kotthoff 2009 and many others). As a result of globalization and the phenomenon of migration, contact between cultures is ever more frequent, and awareness of cultural factors in intercultural interaction has

1. Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации (Соглашение № 02.а 03.21.0008 от 24 июня 2016 г.).

2. The research was supported by the Ministry of Education of the Russian Federation (Agreement 02.a 03.21.0008 of 24 June 2016).

become more necessary than ever. The study focuses on aspects of Russian ethnic identity, especially their sense of themselves and modes of interaction with others, through a comparison with representatives of English (Anglo-Saxon) culture. The results of lexical, semantic, pragmatic and discourse analyses have shown that, despite considerable changes in Russian society over the last two decades, the *we*-orientation is still typical of Russians, while an *I*-orientation is an inherent feature of the English. These differences in identity are embedded on different levels of the language - lexical (they can be seen in the cultural semantics of words), phraseological, grammatical, stylistic - and can be observed in communication.

*Keywords:* ethnic identity, *I*-culture, *we*-culture, *I*-identity, *we*-identity, communicative ethno style, intercultural communication.

**И**нтерес, который в последнее время проявляют к понятию идентичности представители самых широких научных областей не случаен. Он связан как с глобализацией, которая привела к расширению межкультурных контактов в самых разных сферах жизни и деятельности, так и с демографическими процессами — миграцией, иммиграцией, в результате которых население многих стран, в том числе и России, становится все более гетерогенным как в этническом, так и религиозном аспектах. В результате этих процессов в повседневной жизни люди постоянно сталкиваются с представителями иных культур и религий, для бесконфликтного и эффективного взаимодействия с которыми важно понимание себя и других.

В самом общем понимании идентичность означает осознание человеком своей принадлежности к какой-либо группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и свободно ориентироваться в окружающем мире (Грушевицкая и др. 2003: 53), иными словами оно означает тождественность и соотнесение одного субъекта с другими.

Идентичность – понятие широкого плана, которое может быть рассмотрено с разных сторон. В данной статье речь идет об этнической идентичности. Говоря о национальном параметре идентичности, ученые используют два похожих и не всегда различаемых термина – *этническая идентичность* и *национальная идентичность*. В русскоязычной литературе чаще используют термин *этническое самосознание* как осознание принадлежности к этнической общности. Не претендуя на строгое разделение данных терминов, мы употребляем термин *этническая идентичность*, понимая под ним соотнесенность личности с определенным этносом и принятие его ценностей и норм.

Этническая идентичность так же многокомпонентна (Phinney 2003: 63) и может рассматриваться с разных сторон и в разных аспектах. Мы ограничиваемся в данной статье исключительно ее социокультурным аспектом, содержащим представление личности о себе и других, т.е. о том, как человек воспринимает себя в обществе и как взаимодействует с представителями своего социума.

В зависимости от типа культуры человек может осознавать себя либо независимым индивидом, что характерно для индивидуалистических культур, либо частью группы, что в разной степени наблюдается в культурах коллективистского типа (Hofstede 1991, Triandis 1995 и др.). Деление культур на два типа не является дихотомическим, оно может быть представлено в виде континуума, на одном конце которого находятся крайне индивидуалистические культуры, на другом – крайне

коллективистские. Для эффективного межкультурного взаимодействия представляется чрезвычайно важным найти место своей культуры в этом континууме и определить, как она соотносится с культурой собеседника, поскольку тип культуры определяет особенности поведения ее носителей. Поскольку термины *индивидуалистический* и *коллективистский* содержат политические и идеологические составляющие, в лингвокультурологических исследованиях, на наш взгляд, представляется предпочтительным использовать термины *я-культура* и *мы-культура* соответственно.

Если говорить о русской культуре, то вопрос о ее принадлежности либо к коллективистскому типу, либо к индивидуалистическому, в настоящее время вызывает споры. Традиционно она однозначно является коллективистской, однако в последние два десятилетия заметно смещается в сторону индивидуализма, что проявляется как в социальных отношениях, так и в ценностях, являющихся составной частью культуры (Larina et al. 2017). Тем не менее, проводимые нами ежегодные опросы студентов (студентов Российского университета дружбы народов) убедительно показывают, что русская культура по-прежнему остается в поле коллективистских культур, она постепенно приближается к серединной отметке культурного континуума, но не пересекает ее. Русские по-прежнему предпочитают семью, друзей, любовь таким прагматическим ценностям, как карьера, деньги и материальные блага. Исконно русские ценности – близость отношений, общительность, взаимозависимость и др. – сохраняются и во многом определяют идентичность русских, которые по-прежнему тяготеют к *мы-культуре*.

Базовые ценности являются прочной основой культуры, и их надежным хранителем выступает язык. Считается, что человек приобретает и развивает свою идентичность через взаимодействие с другими членами своей группы (Ting-Toomey 1999: 26). В данной статье мы покажем, как разные типы отношений закрепляются в языке и проявляются в коммуникации. Поскольку этническая идентичность начинает осознаваться тогда, когда человек вступает во взаимодействие с представителями других этносов, разделяющих иные ценности, следующих иным правилам и демонстрирующих иной стиль поведения, мы делаем это через сопоставление с английским языком, культурой и коммуникацией. Поясним, что, говоря об английском языке и английской культуре, мы здесь не делаем различий между национальными вариантами английского языка, а под английской культурой имеем в виду *Anglo culture* (термин А. Вежбицкой [Wierzbicka 2006]), т.е. англосаксонскую культуру, объединяющую культуры стран, в которых английский язык является исторически доминирующим. Подобное обобщение считаем допустимым, когда речь идет не о различиях, а об общих чертах.

Проведенный нами сопоставительный анализ показал, что способность русского языка к консолидации проявляется на различных уровнях и становится особенно заметной при сопоставлении с английским языком, который, напротив, фиксирует ценность отдельной личности и ее независимость от других. Не случайно нейтральное в английском языке слово *individualist* (*индивидуалист*) в русском имеет негативную коннотацию, как и прилагательные *замкнутый*, *закрытый*, *скрытый*, *необщительный*, *нелюдимый*, кажущиеся, на первый взгляд, семантическими эквивалентами английского выражения *private person*. Именно оценочный компонент не позволяет считать их эквивалентами. Если в английской

лингвокультуре *private person* – это человек, который высоко ценит свое личное пространство, и это хорошо, то в русской быть замкнутым, закрытым, скрытным, необщительным, нелюдимым – это плохо, так как русская культура предписывает быть открытым, общительным, находиться с людьми, и делает она это, в том числе, через язык.

О том, что русская культура – это культура коллектива, или *мы*-культура, в то время как английская – это культура индивидуальной личности, или *я*-культура (не случайно местоимение *я – I* – пишется в английском языке с большой буквы), свидетельствует множество языковых фактов. Ср., например, *Все здесь – Everybody is here* (букв.: Каждый здесь), *Всем привет. – Hello everybody* (букв.: Привет каждому). Слово *privacy*, ключевое слово английской культуры, в русском языке является лексической и идеологической лакуной. В то же время в английском языке, нет слов, эквивалентных русским словам *общение, общаться, общительный, необщительный, общительность*. На этот факт указывает, в частности, А. Вежицкая, называющая *общение* русским культурным ключевым словом (Вежицкая 2005: 469). Глаголы, приводимые в словарях как английские эквиваленты глагола *общаться* (*associate, communicate, socialize, contact, liaison, mix* и др.), не передают того специфического значения, которое в нем содержится. Иногда его переводят как *intercourse*, однако в английских словарях слово *intercourse* в значении *communication between people or activities that people do together (social intercourse)* дается с пометой *old-fashioned* (устаревшее, старомодное), *личное общение* переводится как *personal contact* (личный контакт), *общение с людьми – meeting people*. Русская фраза *Вчера встретился с другом. Хорошо пообщались* вызывает трудности при переводе. Ее примерным английским соответствием может быть *I met a friend yesterday. We had a nice time* (букв.: Мы хорошо провели время). По данным синонимических словарей (ССРЯ 1986, ССРЯ 2001), в русском языке лексема *общаться* связана синонимическими отношениями с рядом других лексем: *соприкасаться, поддерживать отношения, знать, иметь дело* и др. По результатам специальных исследований, лексико-фразеологическое поле, репрезентирующее концепт *общение*, является одним из самых больших полей русского языка и насчитывает 2102 лексемы и 1098 фразеологических единиц, что свидетельствует о важности и актуальности концепта *общение* для сознания русских (Шаманова 2002: 60); русская идиоматика включает 500 фразеологизмов, пословиц и поговорок, содержащих информацию о самом процессе коммуникации, о речевых жанрах, о возможном результате речевого взаимодействия и воздействия (Балашова 2003 с. 93). И это не случайно, так как любовь к общению является для русских людей приоритетной формой проведения времени и называется исследователями категорией русского коммуникативного сознания, которая представлена на уровне ценности и имеет духовную значимость (Стернин 2002: 11).

*Мы*-идентичность русских проявляется и в любви к совместной деятельности, о чем свидетельствуют такие слова, как *вдвоем, втроем, четвером*, так же не имеющие в английском языке однословных эквивалентов. Как отмечает А. Gladkova, привычное для русских *делать что-то за компанию* может быть воспринято представителями англоязычного мира как отсутствие инициативы или чрезмерная зависимость (Gladkova 2007: 142). Русские же часто делают что-то именно *за*

компанию, порой даже в ущерб личным интересам. О важности компании для русских свидетельствует и традиционная русская фраза *Спасибо за компанию*, часто используемая при расставании.

Показательно, что в русском языке имеется большое количество сложных слов, первую часть которых составляет *обще*, со значением объединения, собирательности. Словари выделяют два значения:

1) *обще* – первая часть сложных прилагательных в знач. общий для чего-н: *общегородской, общенациональный, общенародный*;

2) свойственный всем, касающийся всех, всего: *общеизвестный, общепонятный, общепринятый, общепризнанный, общераспространенный, общеустановленный*.

Полные эквиваленты данных слов в английском языке также отсутствуют. Ср.: *общенародный праздник – general holiday, общеизвестный факт – a well-known fact* (см. [Ларина 2009: 84 - 85]).

О *мы-ориентированности* русских, о значимости общения, неизбежности и необходимости контактов свидетельствуют многочисленные русские пословицы и поговорки: *Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Без друга – сирота, с другом – семьянин; Больше двух – говори вслух; Стоя вместе у колодца и ведро с ведром столкнется* и многие другие. Ср. с английскими: *A hedge between keeps friendship green* (букв.: Забор между друзьями способствует дружбе), *He travels the fastest who travels alone* (Тот едет быстрее, кто едет один); *Two is company, three is a crowd* (Два человека – это компания, три – толпа). В русской культуре с трех человек компания только начинается. Вместо *Сам погибай, а товарища выручай* в английском языке находим *Friends are like fiddle-strings and they must not be screwed too tightly* (Друзья – как струны скрипки, и их нельзя натягивать слишком крепко). Друзей не обременяют проблемами, они нужны для приятного времяпрепровождения, что не случайно для культуры, где ценятся дистантность и независимость.

Здесь следует отметить, что в семантике слов *друг* и *friend* также присутствует культурный компонент и они не являются полными эквивалентами, на что неоднократно указывалось исследователями (см., например, [Katan 2004, Visson 2013, Wierzbicka 1997, Вежбицкая 2001 и др.]). По данным английских словарей *friend* – это тот, кого ты знаешь и кто тебе нравится, но не является членом семьи (MEDAL), т.е. это не только друг в понимании русских, но также приятель и просто знакомый (не случайно у англичан друзей может быть около сотни). В русском слове *друг* присутствуют семы «доверие», «надежность» и «привязанность», в сознании русских друг – это очень близкий человек, которому можно доверять и на которого всегда можно положиться (что сразу ограничивает круг друзей до нескольких человек). Как пишет по этому поводу Л. Виссон [Visson 2013], русское слово *друг* включает в себя моральные обязательства, в английском слове *friend* таких обязательств не содержится; для американца друг – это тот, с кем он ходил в школу, но кого не видел уже лет двадцать, с кем он раз в месяц играет в гольф или иногда встречается в церкви, это, скорее, тот, с кем он связан какой-либо деятельностью и может приятно провести время, а не поделиться мыслями и чувствами [Visson 2013: 25]. Данные различия также фиксируются в языке. В русском языке *дружить* – это «находиться с кем-н. в дружбе» (СРЯ), а дружба – «близкие отношения, основанные на взаимном

доверии, привязанности, общности интересов» (СРЯ). В современном английском языке подобный глагол отсутствует, русско-английские словари переводят глагол *дружить* как "be friends" или "be on friendly terms (НБРАС).

Способность русского языка к объединению людей ярко проявляется в обращениях. Для обращения к людям, объединенным какой-либо групповой принадлежностью, деятельностью, территорией и т.д., русский язык, в зависимости от ситуации, предлагает свое объединяющее в группу обращение: *уважаемые зрители, уважаемые радиослушатели, дорогие родители* (на родительском собрании в школе), *дорогие ветераны, дорогие москвичи, дорогие россияне* и т.д. В английском языке подобные обращения отсутствуют. Справедливости ради следует отметить, что постепенно в русский язык возвращается обращение *Дамы и господа*, которое можно услышать в театре, на борту самолета, где они заменили еще недавно существующие обращения *уважаемые зрители, уважаемые пассажиры*.

Ярким примером ориентированности на других является русская формула представления *Меня зовут...* Ср.: в англ. *My name is...* Напр.: *Меня зовут Анна.* - *My name is Ann.* Этот пример языковых различий, на который обращает внимание А. Гладкова (Gladkova 2007: 149), касается не столько языка, сколько самоидентификации представителей двух культур, их ориентированности либо на себя (в английской культуре), либо на других (в русской культуре). В английской культуре человек называет свое имя, и именно так обращаются к нему все. В русской культуре не сам человек называет себя, а другие «его зовут», и при этом делать это они могут по-разному, в зависимости от отношений, чувств, настроений и предпочтений (помимо Анны, это могут быть обращения *Аня, Анечка, Анюта, Анюточка, Аннушка, Анка* и др.).

Интересно отметить, что в официальных ситуациях в русском языке, как правило, сначала указывается фамилия (т.е. наименование семьи, группы), а потом имя как наименование индивида, в английском – имя предшествует фамилии.

*Мы*-идентичность русских проявляется и в том, что в русском языке доля «мы» и «вы», в сравнении с английским языком, выше, чем доля «я». Ср.: например, *Мы с другом.* – *My friend and I; Мы знакомы?* - *Do I know you?; Увидимся* - *See you.* Как видим, в русской культуре «я» и другой - «ты/он» – это часто «мы», в английской культуре человек своей индивидуальности не теряет и «я» в «мы» не превращается. Русские же, напротив, не любят выделять свое я, а те, кто это делают (в основном дети), окружающими осуждаются (*Не якай. Я – последняя буква в алфавите*). Интересно в этой связи сравнить конвенциональные фразы, произносимые пассажирами в транспорте: *Извините. Вы сейчас выходите?* и *Excuse me. I'm getting off* (Извините. Я выхожу). Если русская *вы*-ориентированная фраза воспринимается англичанами и американцами как бестактность (как личный вопрос), то *я*-ориентированная английская фраза воспринимается русскими как выражение превосходства, что не соответствует русской традиции.

Следует отметить, что данная особенность наблюдается и в академическом дискурсе, где по существующей традиции в научных статьях и монографиях местоимение первого лица «я» практически не употребляется. Говоря о себе, автор употребляет либо местоимение множественного числа «мы», либо использует пассивные конструкции и неопределенно личные предложения: *В данной статье*



*мы проанализировали / показали / доказали* и т.д. (*Нами*) *было проанализировано / показано / доказано* и т.д. Ср.: в английском языке: *I analyze..., I show..., I argue..., I conclude...*). Так же и при выражении субъективной модальности: вместо акцентирования собственного мнения (*I think, I believe, I suppose, I suggest...*) носители русского языка предпочитают безличные *думается..., представляется..., можно предположить...*. Объяснить этот факт можно по-разному: как скромностью, являющейся культурной ценностью русских, так и боязнью брать на себя ответственность. Но в любом случае – тенденцией к исключению *я*.

Различия в самоидентификации проявляются и в том, как англичане и русские подписывают деловые письма. Проведенный нами анализ писем в академической среде (письма-приглашения на конференцию, письма-приглашения в сборник статей, переписка членов редколлегии с авторами журнала, администрации университета с преподавателями и др.) показал, что в английских письмах указывается имя автора письма, в русских, как правило, коллективная структура, которую он представляет: *органитет, редколлегия, администрация* и др.

*Мы-ориентированность* русских и *я-ориентированность* англичан определяют многие особенности их коммуникативного поведения и ярко проявляются в выборе стратегий и средств реализации различных речевых актов.

Как показали проведенные ранее исследования (Ларина 2009), меньшая горизонтальная дистанция, то есть близость отношений, характерная для русской культуры, способствует большей коммуникативной доступности и меньшей регламентированности поведения ее представителей. Она позволяет собеседникам вести себя более свободно, открыто, говорить прямо о том, чего они хотят и что думают, что представителями западного мира часто расценивается как невежливость. Русский человек, который ощущает себя частью коллектива, уверен в том, что его интересы, проблемы, желания, советы и мнения интересуют собеседников и найдут в них отклик. При таком типе взаимоотношений прямолинейность и императивность не являются угрозой или помехой гармоничным отношениям (в той степени, как это происходит в английской культуре) и не нарушают принципов вежливости, характерных для русской коммуникативной традиции.

Подобно тому как в русском языке нет эквивалента английскому слову *privacy*, в отношениях между русскими так же нет зоны личной автономии, которая наблюдается в английской культуре. Часто представляется вполне допустимым вмешиваться в разговор, перебивать, давать непрошенные советы, делать замечания, что недопустимо в английской культуре, где зона личной автономии является важной коммуникативной ценностью.

Для соблюдения дистанции на вербальном уровне в английской культуре существуют многочисленные *коммуникативные табу* – запреты на определенные действия (например, оказание прямого коммуникативного воздействия), а также хорошо разработанная система стратегий дистанцирования (*Negative politeness strategies* в терминах П. Браун и С. Левинсона [Brown Levinson 1987]), которые используются даже в кругу семьи и друзей. Основная доминанта английского коммуникативного поведения зафиксирована в выражении ‘*to respect somebody’s privacy*’, значение которого гораздо шире словарного перевода («не нарушать чьего-либо покоя») (НБАРС). Оно означает не проявлять интереса к частной жизни, не

задавать личных вопросов, не давать непрошенных советов, не касаться личных тем, не оказывать прямого коммуникативного давления на собеседника, не перебивать, сдерживать эмоции и т. д., и т. п. Другими словами, вести себя так, чтобы не задеть другого человека в самом широком смысле этого слова – тактильном, вербальном, эмоциональном.

В результате русская и английская коммуникативные культуры выработали разные стили коммуникации (См. подробно [Ларина 2009, 2013а,б, Larina 2015]). Уточним, что под этнокультурным стилем коммуникации, или коммуникативным этностилем, мы понимаем исторически сложившийся, предопределяемый культурой и закреплённый традицией тип коммуникативного поведения народа, проявляющийся в выборе и предпочтительности определенных средств коммуникации (вербальных и невербальных), используемых в процессе межличностного взаимодействия (Ларина 2009: 31). Русский стиль коммуникации характеризуют такие доминантные черты, как, контактность, прямолинейность, импозитивность, ориентированность на содержание, коммуникативная естественность и др.; английский стиль, напротив, является дистантным, косвенным, неимпозитивным, ориентированным на форму и в высокой степени ритуализованным, нацеленным на соблюдение независимости и личной неприкосновенности участников коммуникации.

Данные различия носят системный характер и проявляются в самых разных ситуациях общения, в том числе и в неформальных отношениях (в кругу семьи, в общении с друзьями и близкими), и свидетельствуют о *мы*-ориентированности русских и *я*-ориентированности англичан на коммуникативном уровне.

Некоторые примеры:

*Now shall I take you to bed?* (букв.: А теперь мне положить тебя в постель?) (мама ребенку). Ср. в русском: *А теперь пойдём спать* (т.е. мы вместе, хотя необязательно мама к нему действительно присоединится);

*Would you like to write the exercise* (букв.: Хотели ли бы вы написать упражнение?) (учитель – ученикам). Ср. в русском: *А теперь напишите это упражнение* или *А теперь будем писать упражнение*;

*Why don't you join me for lunch* (букв.: Почему бы тебе не присоединиться ко мне и пойти пообедать?) (приглашение коллеги на ланч). Ср. в рус.: *Может, пообедаем вместе?* или *Давай пообедаем вместе*;

В завершение приведем еще один, интересный, на наш взгляд, пример, свидетельствующий о *мы*-идентичности русских и *я*-идентичности англичан. Касаясь того, что происходит в России, русские говорят: *В нашей стране, У нас в стране* или просто *У нас*. Англичане в подобной ситуации используют выражение *In this country* (букв.: В этой стране). В последнее время из уст некоторых российских политиков и общественных деятелей так же можно услышать это калькированное выражение. Но если задуматься – это не просто калька с английского языка, а идеологема, которая разделяет общество на тех, кто ассоциирует себя со своей страной, и тех, кто наблюдает за происходящим со стороны, как бы дистанцируясь от нее (независимо от места проживания). Интересно в этой связи замечание английского социолога Дж. Паксмена о том, что, если у других народов есть понятие «родина» (*Vaterland* или *Patrie*), то у англичан вместо него есть понятие «дом» ('Home'), поскольку понятие «родина» слишком связано с идеей важности



государства и с идеей этнической принадлежности (“The notion of a *Vaterland* or *Patrie* is too hedged with a sense of the importance of state and ideas of race and breeding”) (Paxman 1999:140). Возможно, поэтому, говоря о спортивных достижениях своих соотечественников, англичане не говорят, как русские, *Мы победили* или *Наши победили*, а называют имя спортсмена или команду.

Приведенные факты показывают, что этническое самосознание фиксируется в языковом сознании, оно закрепляется в языке и находит отражение в коммуникативном поведении. Они также свидетельствуют о том, что русский и английский языки выполняют разные социальные функции: русский язык, обладающий способностью объединять, формирует *мы-идентичность*; английский язык, в котором закреплены ценности независимой личности и личной неприкосновенности, формирует *я-идентичность*. Проведенный сопоставительный анализ в очередной раз подтвердил взаимодетерминированность культуры, менталитета, языка и коммуникации и эффективность междисциплинарных исследований, которые позволяют увидеть системность и взаимообусловленность их отношений, что необходимо как для решения теоретических задач, так и для успешной межкультурной коммуникации.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- BESEMERES, M., and WIERZBICKA, A. (eds.) (2007). *Translating lives. Living with two languages and cultures*. University of Queensland Press. Queensland.
- BROWN P., and LEVINSON, S. D. (1987): *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press. Cambridge.
- GLADKOVA, A. (2007): "The journey of self-discovery in another language". In Besemeres, M., and A. Wierzbicka (eds.) *Translating lives. Living with two languages and cultures*. P. 139 – 149. University of Queensland Press. Queensland.
- HOFSTEDE, G. H. (1991): *Cultures and Organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill Book Company (UK) Limited. London.
- JENKINS, R. (2004): *Social Identity*. 2-nd ed. Routledge. London/New York.
- KATAN, D. (2004): *Translating cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. 2<sup>nd</sup> ed.: St. Jerome Publishing. Manchester, UK.
- LARINA, T. (2015): Culture-Specific Communicative Styles as a Framework for Interpreting Linguistic and Cultural Idiosyncrasies. In *International Review of Pragmatics*, Volume 7, number 5. Special Issue: Communicative Styles and Genres. P. 195-215.
- LARINA T., MUSTAJOKI, A., PROTASSOVA, K. (2017): “Dimensions of Russian culture and mind”. In Katja Lehtisaari and Arto Mustajoki (eds.) *Philosophical and cultural interpretations of Russian modernisation*. Series: Studies in Contemporary Russia (Introduction chapter). Pp. 7 – 19. Routledge. Oxon/New York.
- PAXMAN, J. (1999): *The English: A Portrait of a People*. Penguin Group. London.
- PHINNEY, J. (2003): Ethnic identity and acculturation. In K. Chun, P. B. Organista, & G. Marin (Eds.) *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research*. Pp.63- 81. American Psychological Association. Washington, DC.
- PHINNEY, S. and Ong, A.D. (2007): Conceptualization and measurement of ethnic identity: Current status and future directions. *Journal of Counseling Psychology*, 54, 271-281.

- SPERCKELS, O. and KOTTHOFF H. (2009): Communicating Identity in Intercultural Communication. In Helga Kotthoff and Helen Spencer-Oatey (eds) *Handbook of Intercultural Communication*. Pp. 415 – 439. Mouton de Gruyter. Berlin / New York.
- TING-TOOMEY, S. (1999): *Communicating Across Cultures*. The Guilford Press. New York/London.
- TRIANDIS, H. (1995): Individualism and Collectivism. Co: Westview. Boulder.
- VISSON, L. (2013): *Where Russians Go Wrong in Spoken English. Words and Phrases in the Context of Two Cultures*. R. Valent. Moscow.
- WIERZBIЦКА, A. (1997): *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. Oxford University Press. New York / Oxford.
- WIERZBIЦКА, A. (2006): *English: Meaning and Culture*. Oxford University Press. Oxford.
- БАЛАШОВА, Л.В. (2003): Вербальная коммуникация и ее отражение в идиоматике русского языка. В кн.: *Прямая и непрямая коммуникация: Сб. науч. статей*. С. 93 – 108. Изд-во ГосУНЦ «Колледж». Саратов.
- ВЕЖБИЦКАЯ, А. (2001): Понимание культуры через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А.Д. Шмелева. Изд-во Языки славянской культуры. Москва.
- ВЕЖБИЦКАЯ, А. (2005): Русские культурные скрипты и их отражение в языке. В кн.: Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. *Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст.* С. 467 – 499. Изд-во «Языки славянской культуры». Москва.
- ГРУШЕВИЦКАЯ, Т.Г., ПОПКОВ, В.Д., САДОХИН, А.П. (2003): *Основы межкультурной коммуникации*. Изд-во ЮНИТИ-ДАНА. Москва.
- ДЗЯКОВИЧ Е.В. (2010): «Идентичность, идентификация, инсценировка в развитии глобальных и локальных социокультурных процессов современности». В журнале «*Обсерватория культуры*», 4, 10-14.
- ИСТОМИНА, О.Б. (2009): Этничность как коммуникативный ресурс. *Вестник Бурятского государственного университета*. №14. С. 93–97.
- ЛАРИНА, Т. В. (2009): *Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций*. Изд-во «Языки славянских культур». (Язык. Семиотика. Культура). Москва.
- ЛАРИНА, Т.В. (2013а): *Англичане и русские: Язык, культура, коммуникация*. Изд-во «Языки славянских культур». Москва.
- ЛАРИНА Т. (2013б): Коммуникативный этностиль как способ систематизации этнокультурных особенностей поведения. *Cuadernos de Rusística Española*, 9. С. 193 – 204.
- СТЕРНИН, И.А. (2002): Русское коммуникативное сознание. В кн.: *Русское и финское коммуникативное поведение*. Вып. 3. С. 5-13. Изд-во «Истоки», Воронеж.
- ШАМАНОВА, М.В. (2002): К изучению категории общение в русском сознании. В кн. *Язык и национальное сознание*. Вып.3. С. 56 – 62. Изд-во «Истоки». Воронеж.
- СЛОВАРИ И ИХ СОКРАЩЕНИЯ
- НБАРС – *Новый Большой англо-русский словарь*: В 3 т. / Ю.Д.Апресян, Э.М.Медникова, А.В.Петрова и др. – М.: Русский язык, 1999.
- НБРАС — *Новый большой русско-английский словарь* / Д.И. Ермолович, Т.М. Красавина; под общим руководством проф. Д.И. Ермоловича. 3-е изд., стереотип. М.: Русский язык; Медиа, 2008.
- ССРЯ 1986 – Александрова З.Е. *Словарь синонимов русского языка*. / Под ре. Л.А.Чешко. – 5-е изд. – М.: Русский язык, 1986.

- ССРЯ 2001 – *Словарь синонимов русского языка* / Под. ред. А.П.Евгеньевой. – М., 2001.
- СРЯ – Ожегов С.И. *Словарь русского языка* / Под. Ред. Н.Ю. Шведовой. – 13 изд., испр. – М.: Рус. яз., 1981.
- MEDAL – *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners: International Student Edition*. – Macmillan Publishers Limited, 2002

## BIBLIOGRAPHY

- BALASHOVA, L.V. (2003): Verbal'naya kommunikatsiya i yeye otrazheniye v idiomatike russkogo yazyka. V kn .: Pryamaya i nepryamaya kommunikatsiya: Sb. nauch. statey. S. 93 - 108. Izd-vo GosUNTS «Kolledzh». Saratov.
- BESEMERES, M., and WIERZBICKA, A. (eds.) (2007). *Translating lives. Living with two languages and cultures*. University of Queensland Press. Queensland.
- BROWN P., and LEVINSON, S. D. (1987): *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press. Cambridge.
- DZYAKOVICH Ye.V. (2010): «Identichnost', identifikatsiya, instsenirovka v razvitii global'nykh i lokal'nykh sotsiokul'turnykh protsessov sovremennosti». V zhurnale «Observatoriya kul'tury», 4, 10-14.
- GLADKOVA, A. (2007): "The journey of self-discovery in another language". In Besemeres, M., and A. Wierzbicka (eds.) *Translating lives. Living with two languages and cultures*. P. 139 – 149. University of Queensland Press. Queensland.
- GRUSHEVITSKAYA, T.G., POPKOV, V.D., SADOKHIN, A.P. (2003): *Osnovy mezhkul'turnoy kommunikatsii*. Izd-vo YUNITI-DANA. Moskva.
- HOFSTEDE, G. H. (1991): *Cultures and Organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill Book Company (UK) Limited. London.
- JENKINS, R. (2004): *Social Identity*. 2-nd ed. Routledge. London/New York.
- KATAN, D. (2004): *Translating cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. 2<sup>nd</sup> ed.: St. Jerome Publishing. Manchester, UK.
- LARINA, T. V. (2009): *Kategoriya veshlivosti i stil' kommunikatsii: sopostavleniye angliyskikh i russkikh lingvokul'turnykh traditsiy*. Izd-vo «Yazyki slavyanskikh kul'tur». (Yazyk. Semiotika. Kul'tura). Moskva.
- LARINA, T.V. (2013a): *Anglichane i russkiye: Yazyk, kul'tura, kommunikatsiya*. Izd-vo «Yazyki slavyanskikh kul'tur». Moskva.
- LARINA T. (2013b): *Kommunikativnyy etnostil' kak sposob sistematizatsii etnokul'turnykh osobennostey povedeniya*. Cuadernos de Rusística Española, 9. S. 193 - 204.
- LARINA, T. (2015): *Culture-Specific Communicative Styles as a Framework for Interpreting Linguistic and Cultural Idiosyncrasies*. In *International Review of Pragmatics*, Volume 7, number 5. Special Issue: Communicative Styles and Genres. P. 195-215.
- LARINA T., MUSTAJOKI, A., PROTASSOVA, K. (2017): "Dimensions of Russian culture and mind". In Katja Lehtisaari and Arto Mustajoki (eds.) *Philosophical and cultural interpretations of Russian modernisation*. Series: Studies in Contemporary Russia (Introduction chapter). Pp. 7 – 19. Routledge. Oxon/New York.
- PAXMAN, J. (1999): *The English: A Portrait of a People*. Penguin Group. London.

- PHINNEY, J. (2003): Ethnic identity and acculturation. In K. Chun, P. B. Organista, & G. Marin (Eds.) *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research*. Pp.63- 81. American Psychological Association. Washington, DC.
- PHINNEY, S. and Ong, A.D. (2007): Conceptualization and measurement of ethnic identity: Current status and future directions. *Journal of Counseling Psychology*, 54, 271-281.
- SHAMANOVA, M.V. (2002): K izucheniyu kategorii obshcheniye v russkom soznanii. V kn. YAzyk i natsional'noye soznaniye. Vyp.3. S. 56 - 62. Izd-vo «Istoki». Voronezh.
- SPERCKELS, O. and KOTTHOFF H. (2009): Communicating Identity in Intercultural Communication. In Helga Kotthoff and Helen Spencer-Oatey (eds) *Handbook of Intercultural Communication*. Pp. 415 – 439. Mouton de Gruyter. Berlin / New York.
- STERNIN, I.A. (2002): Russkoye kommunikativnoye soznaniye. V kn. : Russkoye i finskoye kommunikativnoye povedeniye. Vyp. 3. S. 5-13. Izd-vo «Istoki», Voronezh.
- TING-TOOMEY, S. (1999): *Communicating Across Cultures*. The Guilford Press. New York/London.
- TRIANDIS, H. (1995): Individualism and Collectivism. Co: Westview. Boulder.
- VEZHBITSKAYA, A. (2001): Ponimaniye kul'tury cherez posredstvo klyuchevykh slov / Per. s angl. A.D. Shmeleva. Izd-vo YAzyki slavyanskoy kul'tury. Moskva.
- VEZHBITSKAYA, A. (2005): Russkiye kul'turnyye skripty i ikh otrazheniye v yazyke. V kn. : Zaliznyak Anna A., Levontina I.B., Shmelev A.D. Klyuchevyye idei russkoy yazykovoy kartiny mira: Sb. st. S. 467 - 499. Izd-vo «YAzyki slavyanskoy kul'tury». Moskva.
- VISSON, L. (2013): *Where Russians Go Wrong in Spoken English. Words and Phrases in the Context of Two Cultures*. R.Valent. Moscow.
- WIERZBICKA, A. (1997): *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. Oxford University Press. New York / Oxford.
- WIERZBICKA, A. (2006): *English: Meaning and Culture*. Oxford University Press. Oxford.
- DICTIONARIES
- MEDAL – *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners: International Student Edition*. – Macmillan Publishers Limited, 2002
- NBARS - Novyy Bol'shoy anglo-russkiy slovar': V 3 t. / YU.D.Apresyan, E.M.Mednikova, A.V.Petrova i dr. – M. : Russkiy yazyk, 1999.
- NBRAS - Novyy bol'shoy russko-angliyskiy slovar' / D.I. Yermolovich, T.M. Krasavina; pod obshchim rukovodstvom prof. D.I. Yermolovicha. 3-ye izd., Stereotip. M. : Russkiy yazyk; Media, 2008.
- SSRYA 1986 - Aleksandrova Z.Ye. Slovar' sinonimov russkogo yazyka. / Pod Ro. L.A.Cheshko. - 5-ye izd. - M. : Russkiy yazyk, 1986.
- SSRYA 2001 - Slovar' sinonimov russkogo yazyka / Pod. red. A.P.Yevgen'yevoy. - M., 2001.
- SRYA - Ozhegov S.I. Slovar' russkogo yazyka / Pod. Red. N.YU. Shvedovoy. - 13 izd, ispr. - M. : Rus. yaz., 1981.