

Научная статья

УДК 81'27

DOI 10.52070/2542-2197\_2023\_10\_878\_58



## Социальный конструктивизм и анализ сценария светской беседы в англоязычном дискурсе

**О. Ю. Любимова**

*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*

*ol\_lyubimova@mail.ru*

**Аннотация.** В статье раскрывается понятие социального конструктивизма, исследуется сценарий светской беседы англоязычного сообщества, его особенности и основные характеристики. Характерной чертой светской беседы является понятие вежливости и ее вербальное выражение в англоязычной среде. Сценарий светской беседы имеет полностью или частично ритуализованную природу в англоязычной коммуникации.

**Ключевые слова:** социальный конструктивизм, сценарий, светская беседа, коммуникация, сценарный фрейм, дискурс

**Для цитирования:** Любимова О. Ю. Социальный конструктивизм и анализ сценария светской беседы в англоязычном дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 10 (878). С. 58–64. DOI 10.52070/2542-2197\_2023\_10\_878\_58

Original article

## Social Constructivism and Analysis of the Scenario of Small Talk in English Discourse

**Olga Yu. Lyubimova**

*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia*

*ol\_lyubimova@mail.ru*

**Abstract.** The article reveals the concept of social constructivism, explores the scenario of small talk of English-speaking community, its features and main characteristics. The main characteristic feature of small talk is the concept of politeness and its verbal expression in the English-speaking environment. The small talk script has a full or partly ritualized nature in English language communication.

**Keywords:** social constructivism, scenario, small talk, communication, scenario frame, discourse

**For citation:** Lyubimova, O. Yu. (2023). Social Constructivism and Analysis of the Scenario of Small Talk in English Discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 10 (878), 58–64. 10.52070/2542-2197\_2023\_10\_878\_58

## ВВЕДЕНИЕ

Ученые лингвисты выделяют два подхода к проблемам информации и коммуникации. Первая наделяет информацию значимостью и ценностью, в то время как коммуникация выступает в качестве процесса ее оформления, обеспечивающего трансляцию информации между индивидами. Информация занимает центральное место из-за ее когнитивной способности отражать окружающий мир. Второй подход отводит главную роль коммуникации, что подразумевает, что информационные средства – не просто репрезентации мира *out there*, а неотъемлемая часть общения. Другой важной проблемой стала проблема соотношения деятельности и общения, представляющих как взаимосвязанные, «относительно самостоятельные, но не равноценные стороны единого процесса жизни» [Будева, 1978, с. 113]. Общение рассматривается как своеобразная форма деятельности. Главная методологическая опасность кроется не в том, что сегодня «нет сферы человеческой деятельности, которая не могла бы быть рассмотрена сквозь призму общения», а в том, что «общение... все более кристаллизуется в самостоятельную деятельность» [Леонтьев, 1975, с. 47]. Говоря о социальной культуре и социальных отношениях, коммуникация всегда демонстрирует структурированность, основанную на символах, обычаях, ритуалах, стереотипах и общепринятых смыслах. Все эти регулятивы пронизывают все социальные отношения, связывающие индивидов. Социальный конструкционизм продвигает идею индивидуальной проекции «Я», которая конструируется, а не отражается в речи и языке. Личность и человеческие сообщества конституируются в процессе общения, во-первых, дискурсивно, во-вторых, интерактивно [Mokros, 1996]. Дискурсивное «построение» находится под влиянием социокультурных знаний и практик. Основные тезисы социального конструктивизма можно свести к следующим:

- 1) коммуникация – это первичный социальный процесс;
- 2) коммуникация не «обслуживает» какую-то другую деятельность, она также не используется для выполнения других задач и не является вспомогательным процессом;
- 3) первичным объектом для исследования являются «люди в разговоре», по выражению Р. Харрэ (persons in conversation) [Harré, 1984, с. 58].

Коммуникативное поведение представляет собой структуру с такими компонентами, как: коммуникативные шаги, последовательность которых является сценарием определенного поведения, намерения участников коммуникации,

коммуникативные ценности, выраженные в виде лингвокультурных сценариев, т. е. культурно детерминированных алгоритмов общения в той или иной коммуникативной ситуации.

Сценарий, или, по-другому, сценарный фрейм содержит стандартную последовательность событий [Кубрякова, 1986]. Сценарии имеют полностью или частично ритуализованную природу, например, светские, религиозные и военные церемонии. Концепция понятия фрейма сместилась в сторону когнитивной интерпретации. Очевидно, что когнитивные категории играют важную роль внутри фреймов, потому что именно в формате категорий и их взаимосвязей создаются фреймы и теми же категориями они активизируются.

В каждом акте коммуникации мы более или менее сознательно ссылаемся на одну или несколько сохраненных нами когнитивных моделей. Когнитивные модели, как следует из этого термина, представляют собой когнитивный, в основном психологический, взгляд на накопленные знания об определенной области. Когда мы сталкиваемся с совершенно незнакомым объектом или ситуацией, где не будет подходящей когнитивной модели – примером может служить игра в крикет, неизвестная большинству русскоговорящих людей – мы, по-видимому, попытаемся представить некую модель игры с мячом и сформируем когнитивную модель.

Поскольку психологические состояния всегда представляют собой частные и индивидуальные переживания, описания таких когнитивных моделей обязательно включают в себя значительную степень идеализации. Другими словами, описания когнитивных моделей основаны на предположении, что многие люди имеют примерно одинаковые базовые знания о вещах. Когнитивные модели, конечно, не универсальны, а зависят от культуры, в которой растет и живет человек. Культура обеспечивает фон для всех ситуаций, которые нам приходится переживать, чтобы иметь возможность сформировать когнитивную модель. У русского или немца может не сформироваться когнитивная модель крикета просто потому, что эта игра не является частью культуры его страны. Таким образом, когнитивные модели для конкретных областей в конечном итоге зависят от так называемых культурных моделей. И наоборот, культурные модели можно рассматривать как когнитивные модели, которые разделяют люди, принадлежащие к той или иной социальной группе или подгруппе.

По сути, когнитивные категории и культурные модели – это всего лишь две стороны одной медали. В то время как термин «когнитивная модель» подчеркивает психологическую природу

этих когнитивных сущностей и допускает меж-индивидуальные различия, термин «культурная модель» подчеркивает объединяющий аспект ее коллективного понимания многими людьми. «Когнитивные категории» связаны с когнитивной лингвистикой и психолингвистикой, а «культурные модели» – с социолингвистикой и антропологической лингвистикой.

Культурный фон уже давно является неотъемлемой частью исследований в социолингвистике и антропологической лингвистике. Ниже мы обсудим пример когнитивной категории, для которой культурные модели очень важны для правильного понимания когнитивной структуры.

Наглядным примером может служить английский прототип категории FIRST MEAL OF THE DAY – ПЕРВЫЙ ПРИЕМ ПИЩИ. ENGLISH BREAKFAST – АНГЛИЙСКИЙ ЗАВТРАК включает в себя целый набор блюд и напитков. Английский завтрак никогда не подают в спальню, а подают в зале для завтраков. Компонентами типичного английского завтрака являются хлопья, тосты, сливочное масло, джем, бекон, яйца, сосиски, тушеная фасоль, помидоры, чай или кофе, апельсиновый сок, круассан. Английская культурная модель “FIRST MEAL OF THE DAY” подчеркивает основательность этого приема пищи.

Культурные модели не статичны, а изменяются с течением времени. Прототип АНГЛИЙСКИЙ ЗАВТРАК больше не считается общепринятым в английских семьях, скорее, он упоминается в контекстах отелей.

В своей работе мы рассмотрим сценарий светской беседы и культурные модели в англоязычной языковой среде. Когнитивный образ ситуации и взаимодействия в ее динамике (коммуникативный контекст), являясь общим знанием, служит главным условием успешного акта общения, производства и интерпретации диалогического дискурса, шире – совместной деятельности. Этот когнитивный образ содержит знания о конвенциях, нормах, ритуалах, ролях коммуникативной деятельности. Когда люди разговаривают, они обмениваются репликами, обходят в разговоре неудобные темы, шутят, о чем-то умалчивают и имеют склонность к недомолвкам. Такая форма общения и есть человеческая универсалия.

## ВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СВЕТСКОЙ БЕСЕДЫ

Контактная светская беседа служит неизменной частью этикета англоязычного общения. Задача светской беседы сводится не только к налаживанию социальных связей, но и к расположению

к себе участников речевого общения. Стандартная светская беседа имеет определенный сценарий и выстраивается с помощью простых вопросов и общепринятых фраз: *How are you? Oh, it is great. Where are you from? I've never been there. How do you like London?* Этикет общения допускает делать женщинам комплименты: *What a nice cardigan! I say, I like your new raincoat. Your jacket matches your scarf perfectly.*

Светская беседа, состоящая из стандартных фраз, представляет собой формальное общение малознакомых людей. Специалисты по межкультурной коммуникации советуют «разбавлять» привычный сценарий беседы нестандартными открывающими фразами, что делает общение более запоминающимся и успешным: *What are you doing now? What impressed you today? Tell me about yourself.* При помощи них формальная беседа может перейти в полупоформальное общение. Также происходит сокращение социальной дистанции, если на вопрос «How are you?» следует не формальный ответ «Fine», а развернутый подробный ответ. Еще одним примером сокращения социальной дистанции служит обращение к собеседнику по имени: *I completely agree with you, John.* Помимо вербальной стороны коммуникации светская беседа предполагает такие навыки, как умение слушать или «активное слушание», которое включает жесты и язык тела, паузирование. Важным аспектом светской беседы является выбор темы. Обсуждение погоды является традиционным началом беседы для англичан, во-первых, в силу ее изменчивости в Великобритании, и, во-вторых, по словам Кейт Фокс, интерес к погоде вызван незнанием партнера и желанием проявить хорошие манеры и вежливость при вступлении в диалог с малознакомым человеком [Fox, 2005]. «Weatherspeak» служит еще и задаче заполнения пауз в диалоге: *It seems to be clearing up. It makes the change, doesn't it? Fairly mild for the time of year.*

Что касается тем для светской беседы, то они выбираются с учетом осуществления бесконфликтной коммуникации. Острые, спорные политические темы избегаются, так как «в Англии возведена в культ легкая беседа, способствующая приятному расслаблению ума, а отнюдь не глубокомысленный диалог и тем более не столкновение противоположных взглядов» [Овчинников, 1980, с. 216]. Также считается неэтичным проявлять собственную эрудицию и безапелляционно выражать свою точку зрения. Огромное влияние на формирование сценария светской беседы оказывает язык тела *body language*. Невозможно переоценить первое впечатление, которое участники речевой коммуникации производят друг на

друга. Это первое эмоциональное впечатление во многом задает тон дальнейшему разворачиванию коммуникации. Существуют две семиотические системы эмоций: *body language* и *verbal language*, и первая семиотическая система превосходит вторую по надежности, скорости и искренности. Таким образом, язык тела – это самый быстрый способ показать собеседнику свою уверенность в себе и произвести хорошее впечатление. Также большое значение приобретает контакт глазами – *eye contact*. В англоязычной культуре принято устанавливать зрительный контакт в начале светской беседы, а затем позволять взгляду ускользать от глаз собеседника, чтобы не смотреть на него слишком пристально, так как это расценивается как грубое и неприличное поведение, это отражено в английском выражении «*staring the other person out*» – «смотреть пристально в глаза другого».

Общность, или социальное взаимодействие, к которому стремятся люди, реализуется в сознании как эмоция и как набор идей. Идеи состоят из концептуальных метафор. Самая явная из них концептуальная метафора: *SOLIDARITY IS PHYSICAL CLOSENESS* / СОЛИДАРНОСТЬ – ЭТО ФИЗИЧЕСКАЯ БЛИЗОСТЬ, источник многих идиом солидарности, включая сам технический термин «*social distance* – социальная дистанция». Другая состоит в том, что *SOLIDARITY IS BEING CONNECTED* / СОЛИДАРНОСТЬ – ЭТО СОЕДИНЕНИЕ. И особенно мощная метафора: *SOLIDARITY IS BEING MADE OF THE SAME FLASH* / СОЛИДАРНОСТЬ СДЕЛАНА ИЗ ОДНОЙ ПЛОТИ. Эта метафора проявляется в первичных действиях, которые связывают людей с теми, кого они любят: объятия младенца матерью, объятия двух влюбленных, рукопожатия и объятия среди друзей и знакомых, совместное питание в семье и среди близких друзей.

Часто в англоязычных текстах можно встретить метафоры родства, которые пронизывают культуры, религии, клубы, политические партии и социальные движения: *brethren* – *собратья*, *brotherhood* – *братство*, *sisterhood* – *сестринство*, *sorority* – *женский клуб*, *fatherland* – *отечество*, *motherland* – *родина*, *family* – *семья*, и одним из инструментов является использование нежных выражений, как, например: *Brother, can you spare a dime?* – *Брат, не пожалеете десяти центов?* Посредством концептуальной метафоры солидарности можно спровоцировать общие чувства у незнакомцев, вступить в первичную ситуацию общения или усилить их чувства у друзей и союзников.

Вежливость в лингвистике относится не только к социальному этикету, но и к многочисленным корректировкам, которые делают говорящие. В своей работе «Вежливость: некоторые универсалии

в использовании языка» антропологи Пенелопа Браун и Стивен Левинсон [Brown, Levinson, 1987] показали, как люди во всем мире используют вежливость, чтобы смягчить напряжение социального взаимодействия.

Теория вежливости берет свое начало с наблюдения Эрвинга Гоффмана о том, что люди, взаимодействуя друг с другом, постоянно беспокоятся о сохранении жизненно важного товара под названием «лицо» (от *save the face* сохранить лицо). Э. Гоффман определял лицо как положительную социальную ценность, которая есть у человека [Goffman, 1959]. П. Браун и С. Левинсон производят градацию этой социальной ценности, делят его на положительное лицо, желание быть одобренным (в частности, чтобы другие люди желали для вас того же, чего вы хотите для себя), и отрицательное лицо, желание быть независимым или автономным. Эти обозначения указывают на фундаментальную двойственность в социальной жизни, которая получила различные названия: солидарность и статус, связь и автономия, совместное участие в сообществе и ранг авторитета. П. Браун и С. Левинсон утверждают, что партнеры по разговору взаимодействуют, каждый пытается сохранить свое лицо и лицо своего собеседника. Проблема в том, что большинство видов речи представляют собой хоть какую-то угрозу для лица слушателя. Простое начало разговора требует времени и внимания слушателя. Повелительное наклонение бросает вызов статусу и автономии собеседника, как будто говорящий чувствует себя вправе командовать им. Выражение вежливости возвращает нас к косвенной речи, когда мы переходим к жестам словесного почтения (то, что П. Браун и С. Левинсон называют отрицательной вежливостью). Команды и просьбы являются одними из самых угрожающих лицу речевых актов, потому что они ограничивают самостоятельность слушателя и предполагают его готовность подчиниться. Говорящий командует слушателем или, по крайней мере, выводит его из себя, делает то, что вы не сделаете с незнакомцем или начальником и даже дважды подумаете перед тем, как говорить так с близким человеком.

Поэтому такие запросы часто сопровождаются вариативными формами вежливости, например:

Спрашивать, а не приказывать:

Will you lend me money?

– Не одолжишь ли ты мне денег?

Просьба, оформленная с выражением небольшого пессимизма:

I don't suppose you might close the door.

– Сомневаюсь, что вы могли бы закрыть дверь.

Уклончивость просьбы:

Close the door if you can.

– Закройте дверь, если можете.

Просьба как минимизация:

I just want to borrow a little bit of your material.

– Я просто хочу немного позаимствовать твоего материала.

Нерешительность:

Can I, uh, borrow your car?

– Могу я, эээ, воспользоваться твоей машиной?

Признание неудобства просьбы:

I am sure you are busy, but...

– Я уверен, что вы заняты, но...

Указание на нежелание:

I normally wouldn't ask, but...

– Обычно я бы не спрашивал, но...

Извинение:

I am sorry to bother you, but...

– Извините за беспокойство, но...

Обезличивание:

Smoking is forbidden.

– Курение запрещено.

Признание долга:

would be eternally grateful if you would...

– Я был бы бесконечно благодарен, если бы вы...

Вежливость откалибрована до уровня угрозы лицу слушающего, в то время как уровень угрозы в свою очередь зависит от социальной дистанции (отсутствия близости). Люди чаще прибегают к перегруженным формам вежливости, когда просят о большом одолжении и когда слушатель имеет статус или власть. Просьба типа: *I'm terribly sorry to trouble you, and I wouldn't ask unless I were desperate, but I'd be eternally grateful if you think you could possibly...* – Я ужасно извиняюсь за то, что беспокою вас, и я бы не стал спрашивать, если бы не был в отчаянии, но я был бы бесконечно благодарен, если бы вы могли... перегружена. Это звучало бы льстиво, если бы использовалось для просьбы

незнакомца о небольшой услуге, такой как уделить ему время, или чтобы попросить об одолжении (например, использовании компьютера) супруга или помощника.

Два социальных измерения, которые противостоят угрозам, – солидарность и власть – присутствуют в формах обращения, в которых говорящий привлекает внимание слушателя. Многие языки имеют две формы: французские *tu* и *vous*, испанские *tú* и *usted*, и немецкие *du* и *Sie*. Английский язык когда-то тоже имел это различие в *thou* и *ye* (теперь *you*), но *thou* теперь используется только в молитвах и в старомодном стиле речи. Разница между «Ты» и «Вы» связана как с солидарностью, так и с властью, обращение на Ты – это быть фамильярным (обращаться к близким или подчиненным) и на Вы – быть уважительным (обращаться к незнакомцам или начальству). Близкие обычно обращаются друг к другу на Ты, а незнакомцы обращаются друг к другу на Вы. Подчиненные обращаются к начальству на Вы; начальство часто обращается к подчиненным на Ты. Местоимение во множественном числе может продолжать выполнять двойную функцию в языке, т. е. говорящие используют форму Вы, обращаясь к более чем одному слушателю, демонстрируя солидарность. Во многих обществах использование местоимения второго лица единственного числа распространяется как табу на обращение к незнакомым людям; к людям обращаются только эвфемизмами. В английском обществе все еще присутствует обращение при помощи таких слов, как *Your Highness*, *Your Worship*, *Your Eminence*, *Your Excellency*, *Your Honour*, *Your Grace* – Ваше Высочество, Ваша Честь, Ваше Высочество, Ваше Превосходительство, Ваша Честь или Ваша Светлость. И можно проявить явное неуважение, использовав обращение на Ты, например, типичный грубый способ претендовать на внимание – *Hey, you!* – Эй, ты!

Хотя носители английского языка утратили различие между Ты и Вы, деликатность обращения к людям в их присутствии проявляется в других формах обращения. До сих пор существует этикет использования Professor Fox вместо Andrew, первый обычно используется студентами старших курсов и незнакомцами (студентами, которые могут работать в его лаборатории, а также аспирантами и коллегами в отделе).

Когда дело доходит до обращения к безымянным взрослым, то уважительным, почтительным обращением по умолчанию являются: Mr., Mrs., Miss и Ms, хотя люди не используют их в общении с детьми, подчиненными или близкими – следовательно вы на стадии отношений с ними, которые могут быть проиллюстрированы английским

устойчивым выражением “to be on the first name basis”, т. е. перешли на имена.

Рейтинг авторитета сигнализируется людьми в первую очередь не через слова, а через концептуальные категории пространства, времени, субстанции и силы. Лица у власти (начальники, президенты, жрецы, шаманы, генералы) вышагивают перед своими подчиненными, входят и выходят первыми, стоят выше (часто на платформах и балконах), выглядят крупнее (с помощью шляп, шлемов и головных уборов), больше (лидеры, в том числе американские президенты, как правило, выше, чем занявшие второе место), изображаются большими (на огромных картинах и статуях) и имеют большие офисы, дворцы и памятники. Сотни английских метафор выражают эту эквивалентность, например: “first among equals” – первый среди равных (время), “strongman” – силач (сила), “big shot” – большая шишка (размер) и “top dog” – хозяин положения (положение в пространстве).

Когда человек в определенной культуре неправильно оценивает, какой тип отношений применим к данной ситуации, эмоции могут зашкаливать. Это вызывает эмоцию, которая в английском языке называется “awkwardness” – «неловкостью», или воспроизводит события, называемые “gaffes” – «оплошностью» или “faux pas” – «бестактностью». Неуклюжий человек может быть застенчив, остро внимателен к деталям ситуации (особенно к реакции других людей на его поведение и действия) и парализован в словах и делах до тех пор, пока не исправляет свои промахи. Практически любое несоответствие отношений может вызвать чувство неловкости. Общеизвестно, что хорошие друзья (Сообщество) не должны совершать между собой крупную финансовую сделку (Обмен), например, продавать машину или дом; это может поставить под угрозу дружбу. Могут быть щекотливые моменты, когда руководитель (Власть) переходит в дружеские отношения с сотрудником или студентом (Сообщество), переход, который может быть обозначен изменением формы обращения или изменением местоимений с Вы на Ты.

Взаимное знание может объяснить большую часть случаев сохранения и потери лица, которые можно наблюдать в ситуации общения, потому что “face” по своей сути является феноменом взаимного знания. Выражения неуважения вредны,

когда они публичны. Каждый зрелый человек знает, что другие люди, даже близкие друзья, могут сплетничать о нем за его спиной. Каждый может случайно услышать нелестное замечание или, как говорят англичане, «barb – колкость» в свой адрес. Может случиться так, что человек услышит недоброе замечание от третьего лица, или же это может произойти случайно, когда он присоединился к группе людей, которые все это время обсуждали его, и он обнаружит, что «был на слуху» – «to be in earshot». Обладая навыком «tact – такт», важно не допустить, чтобы обидное индивидуальное знание превратилось во взаимное знание. На званом обеде все могут знать, что у одного из гостей лишний вес или у другого дефект речи. Тем не менее упоминать об этом вслух, создавая взаимное знание, было бы очень неловко.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы видим, что модель ситуации взаимодействия предстает в качестве ситуативной модели, или, иначе, сценария. Однако поведенческая реализация не сводима к одному декларативному знанию и культурным моделям, наоборот, она часто опирается на структуры процессуального знания (то, что происходит в реальном общении). Не во всяком контексте, разговаривая «автоматически», участники коммуникации в состоянии вербализовать данные элементы процессуального знания. В спонтанном устном дискурсе светской беседы отчетливее выражен сценарий общения. Кроме того, необходимо помнить, что не сами по себе коммуникативная или предметно-референтная ситуации определяют организацию дискурса, но их проекция. Необходимо учитывать еще и то, что когнитивные образы одних и тех же ситуаций у разных людей могут не совпадать или же совпадать только до определенной степени. Теория вежливости в рамках светской беседы дает нам представление о неофициальной просьбе: слушателю неявно предоставляется возможность проигнорировать запрос без публичного отказа, что также означает, что если он выполняет просьбу, то это не потому, что он выполняет приказы. И, по словам П. Брауна и С. Левинсона, это сохраняет лицо им обоим, особенно слушателю с его стремлением к автономии.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бурева Л. П. Человек: деятельность и общение. М.: Мысль, 1978.
2. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975.
3. Mokros H. B. Introduction: From information and behavior to interaction and identity // Interaction and Identity: Information and Behavior. Vol. 5. L.: New Brunswick: Transaction Publishers, 1996. С. 1–22.

4. Harré R. Personal Being: A Theory for Individual Psychology. Harvard University Press, 1984.
5. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. М.: Наука, 1986.
6. Fox K. Watching the English. The Hidden Rules of English Behavior. London: Hodder & Stoughton, 2005.
7. Овчинников В. Корни дуба: Впечатления и размышления об Англии и англичанах. М.: Мысль, 1980.
8. Brown P., Levinson S. Politeness: Some universals in language in Usage. N.Y.: Cambridge University Press, 1987.
9. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday, 1959.

## REFERENCES

1. Bueva, L. P. (1978). Chelovek: dejatel'nost' i obshchenie = Human Being Activity and Communication. Moscow: Mysl'. (In Russ)
2. Leont'ev, A. N. (1975). Dejatel'nost'. Soznanie. Lichnost' = Activity. Consciousness. Personality. Moscow: Politizdat. (In Russ.)
3. Mokros, H. B. (1996). Introduction: From Information and Behavior to Interaction and Identity // Interaction and Identity: Information and Behavior. Vol. 5. (1-22). PL: New Brunswick: Transaction Publishers.
4. Harré, R. (1984). Personal Being: A Theory for Individual Psychology. Harvard University Press.
5. Kubryakova, E. S. (1986). Nominativni aspekt rechevoi deiatelnosti = Nominative aspect of speech activity. Moscow: Nauka. (In Russ.)
6. Fox, K. (2005). Watching the English. The Hidden Rules of English Behavior. L.: Hodder & Stoughton.
7. Ovchinnikov, V. (1980). Korn' duba: Vпечатleniya i razmyshleniya ob Anglii i anglichanakh = Roots of Oak: Impressions and reflections on England and the English. Moscow: Misl. (In Russ.)
8. Brown, P., Levinson, S. (1987). Politeness: Some universals in language in Usage. N.Y.: Cambridge University Press.
9. Goffman, E. (1952). The Presentation of Self in Everyday Life. N. Y.: Doubleday.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Любимова Ольга Юрьевна**

кандидат филологических наук

доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области права

Института международного права и правосудия

Московского государственного лингвистического университета

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Lyubimova Olga Yurievna**

PhD (Philology)

Assistant Professor at the Department of Linguistics and Professional Communication in the Field of Law

Institute of International Law and Justice, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию  
одобрена после рецензирования  
принята к публикации

14.06.2023  
15.06.2023  
13.07.2023

The article was submitted  
approved after reviewing  
accepted for publication