



Рец. на кн.: CATRIN NORRBY, CAMILLA WIDE (eds.).  
*ADDRESS PRACTICE AS SOCIAL ACTION:  
EUROPEAN PERSPECTIVES.*  
Basingstoke; N.Y.: Palgrave Macmillan, 2015. 151 p.

*Дмитрий Михайлович Колядов*

Европейский университет в Санкт-Петербурге  
6/1 А Гагаринская ул., Санкт-Петербург, Россия  
dkoliadov@eu.spb.ru

Аннотация: В рецензируемом сборнике представлены статьи, посвященные изучению обращений в нескольких европейских языках. Исследуя различные контексты (радиоинтервью, телереклама, игровое кино, взаимодействие в сфере обслуживания, в университетах и на интернет-форумах), авторы фокусируются на том, как обращения используются в конкретных ситуациях: переключениях, переговорах по поводу уместности того или иного обращения, интерпретациях носителей, конструировании идентичности.

Ключевые слова: обращения, контекст, практики, сравнительные исследования, социальные отношения.

Для ссылок: Колядов Д. Рец. на кн.: Catrin Norrby, Camilla Wide (eds.). *Address Practice as Social Action: European Perspectives*. Basingstoke; N.Y.: Palgrave Macmillan, 2015. 151 p. // *Антропологический форум*. 2018. № 36. С. 209–218.

doi: 10.31250/1815-8870-2018-14-36-209-218

URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/036/koliadov.pdf>

A Review of CATRIN NORRBY, CAMILLA WIDE (eds.),  
*ADDRESS PRACTICE AS SOCIAL ACTION: EUROPEAN PERSPECTIVES.*  
Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2015, 151 pp.

*Dmitry Kolyadov*

European University at St Petersburg  
6/1 A Gagarinskaya Str., St Petersburg, Russia  
dkoliadov@eu.spb.ru

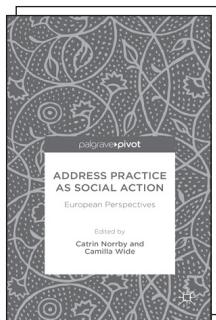
Abstract: This collection of articles is devoted to the study of address practices in several European languages and in different contexts: radio interviews, TV-ads, movies, service encounters, address practices in universities, Internet-forums. The collection is characterized by focus on use of address in a context: switchings, negotiations, native speakers' interpretations, constructing of identities.

Keywords: terms of address, context, practice, comparative research, social relations.

To cite: Kolyadov D., 'A Review of Catrin Norrby, Camilla Wide (eds.), *Address Practice as Social Action: European Perspectives*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2015, 151 pp.', *Antropologicheskij forum*, 2018, no. 36, pp. 209–218.

doi: 10.31250/1815-8870-2018-14-36-209-218

URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/036/koliadov.pdf>



Рец. на кн.: **Catrin Norrby, Camilla Wide (eds.)**. *Address Practice as Social Action: European Perspectives*. Basingstoke; N.Y.: Palgrave Macmillan, 2015. 151 p.

В рецензируемом сборнике представлены статьи, посвященные изучению обращений в нескольких европейских языках. Исследуя различные контексты (радиоинтервью, телереклама, игровое кино, взаимодействие в сфере обслуживания, в университетах и на интернет-форумах), авторы фокусируются на том, как обращения используются в конкретных ситуациях: переключениях, переговорах по поводу уместности того или иного обращения, интерпретациях носителей, конструировании идентичности.

Ключевые слова: обращения, контекст, практики, сравнительные исследования, социальные отношения.

Тема обращений традиционна для социолингвистики: со времени появления классических текстов [Brown, Gilman 1960] и [Brown, Ford 1961]<sup>1</sup> были опубликованы сотни работ. Вместе с тем в последние десятилетия отмечается всплеск интереса к этой теме. В качестве свидетельства этого можно привести ряд проектов по изучению обращений в современных европейских языках и публикации групп исследователей из университетов Мельбурна (University of Melbourne) и Хельсинки (University of Helsinki)<sup>2</sup>, а также появление в начале 2010-х гг. Ассоциации исследователей обращений — International Network of Address Research (INAR)<sup>3</sup>. Членами INAR являются и авторы составивших сборник шести статей, которые были первоначально представлены в виде докладов на коллоквиуме в рамках Социолингвистического симпозиума 2014 г.

#### Дмитрий Михайлович Колядов

Европейский университет  
в Санкт-Петербурге,  
Санкт-Петербург, Россия  
dkoliadov@eu.spb.ru

<sup>1</sup> Отметим, что недавно они были переведены на русский язык и включены во второй том хрестоматии «Социолингвистика и социология языка», вышедшей в издательстве Европейского университета [Социолингвистика 2015].

<sup>2</sup> Информацию о проектах см. на сайтах: <<http://arts.unimelb.edu.au/rumaccc/research/melbourne-address-projects>> (Университет Мельбурна) и <[https://tuhat.helsinki.fi/portal/en/projects/how-to-address-vari\(ef79f132-d6cb-465f-8035-8ce17702d6bf\).html](https://tuhat.helsinki.fi/portal/en/projects/how-to-address-vari(ef79f132-d6cb-465f-8035-8ce17702d6bf).html)> (Университет Хельсинки).

<sup>3</sup> Официальный сайт ассоциации: <<https://inarweb.wordpress.com/>>. Среди прочего на сайте можно найти объявления о конференциях и библиографию работ по обращениям за последние пять лет (с 2013 по 2017 г.).

Кратко излагая во введении историю вопроса, редакторы отмечают тенденцию отхода от попыток построить общие модели, объясняющие выбор и значение обращений в том или ином обществе с опорой на социальные характеристики участников взаимодействия (пол, возраст, класс и т.п.). Внимание современных исследователей переносится на то, как обращения используются в конкретном контексте: как происходят переключения, переговоры по поводу уместности, согласование тех или иных форм обращений, конструирование идентичности с их помощью (Р. 3–5). Такой подход свойствен в той или иной степени большинству текстов сборника.

Однако это, пожалуй, единственное, что объединяет представленные статьи, в остальных отношениях сильно различающиеся как по языкам (нидерландский, шведский, финский, немецкий, французский и итальянский) и контекстам (радиоинтервью, телереклама, игровое кино, взаимодействие «клиент — работник сферы обслуживания», интернет-форумы), так и по концептуальным рамкам, интерпретациям, методам сбора и анализа данных (качественные и количественные; видеозаписи, интервью, анкетирование). В этом смысле слово «перспективы», вынесенное в заглавие, довольно точно характеризует рецензируемую книгу. По-видимому, это разнообразие в какой-то степени отражает положение в рассматриваемой исследовательской области.

Можно согласиться с редакторами, которые пишут, что собранные под одной обложкой разнородные статьи дают возможность сопоставить различные контексты и увидеть их специфику на фоне друг друга. С этой точки зрения сборник, как мне кажется, имеет определенную ценность и для русскоязычного читателя, подталкивая его к тому, чтобы критически взглянуть на встречающиеся в научной литературе характеристики речевого этикета / лингвистической вежливости среди носителей русского языка. В частности, представление о русской лингвистической вежливости как направленной на сближение и солидарность в противоположность западным (т.е. европейским и американской) культурам, для которых, как утверждается, более важно поддержание дистанции (см., например: [Ратмайр 2013: 147 и сл.])<sup>1</sup>, уже не кажется таким убе-

---

<sup>1</sup> Так, Ренате Ратмайр пишет: «Такие ценности, как взаимное доверие и близость, человеческая теплота и сердечность, имеют больше веса, чем в англо-американских культурах. Спонтанная открытость и подчеркивание принадлежности к области своего (ср. клишированное выражение *мы же свои люди*), как и подчеркивание общего с партнером по коммуникации, являются вежливыми и в таких ситуациях, где англо-американские и немецкоязычные культуры требуют дистанции» [Ратмайр 2013: 147–148].

дительным, если взглянуть, например, на практику неформальных обращений во взаимодействии незнакомых людей в публичном пространстве (см. статьи сборника на материале нидерландского в Нидерландах и Бельгии и на материале шведского в Швеции и Финляндии) и сопоставить ее с обращениями в аналогичных контекстах среди носителей русского языка.

Нужно сказать, что представленные исследования вообще побуждают к осторожности в обобщениях и к тому, чтобы задуматься о корректности формулировок вроде «обращения в русской культуре / итальянском языке». Из этих текстов очевидно, что предсказанное классиками движение в сторону взаимности и солидарности в обращениях [Brown, Gilman 1960] хотя и может быть отмечено во многих типах ситуаций, но не является общей тенденцией в Европе, а взаимное неформальное обращение никак не может считаться нормой, действующей по умолчанию. В определенных контекстах, скажем в сфере обслуживания (см. статью: Johanna Isosävi, Hanna Lappalainen “First Names in Starbucks: A Clash of Cultures?”) или на интернет-форумах некоторых информационных изданий (см. статью: Heinz L. Kretzenbacher, Doris Schüpbach “Communities of Addressing Practice? Address in Internet Forums Based in German-Speaking Countries”), формальные обращения являются с точки зрения участников взаимодействия ожидаемыми и/или уместными. Более того, в итальянских университетах, о которых пишут Джон Хайек и Майкол Форментелли (Maicol Formentelli, John Hajek “Address in Italian Academic Interactions: The Power of Distance and (Non)-Reciprocity”), асимметричные обращения в паре «студент — преподаватель» воспринимаются студентами как вполне адекватные.

В связи с этим проблематичной кажется теоретическая рамка полицентрического языка, которая используется в трех статьях. Майкл Клайн писал в предисловии к сборнику, посвященному полицентрическому языку, что данный термин «был использован Клоссом для описания языков, распространенных в нескольких центрах, в каждом из которых используются, по крайней мере частично, собственные (кодифицированные) нормы, регулирующие национальный вариант» [Clune 1992: 1]. Однако если исходить из принципиальной контекстуальной обусловленности обращений, поиск различий, связанных с разницей кодифицированных вариантов, кажется не вполне оправданным<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Такой теоретический выбор, вероятно, связан с тем, что авторы упомянутых статей являлись участниками проекта по изучению полицентрических языков.

Сомнения в плодотворности этой теоретической рамки усиливаются после прочтения статей, в которых она была применена. В двух из них — “Communities of Addressing Practice? Address in Internet Forums Based in German-Speaking Countries” (Heinz L. Kretzenbacher, Doris Schüpbach) и “Address and Interpersonal Relationships in Finland-Swedish and Sweden-Swedish Service Encounters” (Catrin Norrby, Camilla Wide, Jenny Nilsson, Jan Lindström) — статистические различия между национальными вариантами одного языка оказываются менее существенными, чем различия между возрастными группами или сообществами, организовавшимися вокруг интернет-форумов информационных изданий.

И совершенно неубедительной кажется представленная в статье “Negotiating Address in a Pluricentric Language: Dutch/Flemish” (Roel Vismans) попытка объяснить различия в практиках обращения через различия в двух национальных вариантах нидерландского — северном, на котором говорят в Нидерландах, и южном, который используется во Фламандском регионе на севере Бельгии. Среди прочего, эти варианты различаются системами местоимений. В стандартном северном варианте, как и в разговорной недиалектной речи жителей Нидерландов, различаются два местоимения 2-го лица ед. ч.: формальное *u* (притяжательная форма *uw*) и неформальное *jij / je* (объектное *jou* и притяжательное *jouw*). В стандартном южном варианте, на котором говорят во Фламандском регионе, система местоимений 2-го лица аналогична. Однако в разговорной речи фламандцев противопоставление формального и неформального вариантов отсутствует. При этом в южном (фламандском) варианте используются формы *u* (как объектное ударное местоимение 2-го лица) и *uw* (притяжательное местоимение 2-го лица). Как можно заметить, эти формы совпадают с вежливыми формами северного варианта, на котором говорят в Нидерландах (см. полное описание в таблице 1.1 на с. 15). Это совпадение, по мнению автора, может приводить к непониманию при взаимодействии фламандцев и голландцев (Р. 14). Данный тезис автор статьи Роэл Висманс пытается доказать, анализируя несколько эпизодов из трех радиointервью с участием ведущих-голландцев и приглашенных гостей-фламандцев.

Однако трудно согласиться с предположением автора о том, что гости-фламандцы, отвечая на приветствие (во втором интервью) и прощание (во втором и третьем интервью) ведущего словами *Dank u*, использовали не формальные местоимения северного стандартного варианта (т.е. *Dank u* ‘Спасибо Вам’; *u* — вежливое местоимение 2-го лица ед./мн. ч.), а переключались на южный вариант, (т.е. *Dank u* ‘Спасибо тебе’;

*и* — косвенное местоимение) (Р. 24, 27). Сомнения в этой интерпретации возникают по нескольким причинам. Во-первых, кроме этих потенциально неоднозначных эпизодов, в статье не приводится примеров использования «южных» местоимений 2-го лица. И наоборот, есть примеры, где гости-фламандцы пользуются однозначно северными местоимениями. Во-вторых, если все же согласиться с Висмансом, то непонятно, чем может быть вызвано переключение на южный вариант в ответных прощениях. Никаких объяснений этому в статье не дается.

Не кажется убедительным доводом в пользу исходного тезиса (разница между вариантами может приводить к непониманию между нидерландцами и фламандцами) и ссылка на то, что ведущие-голландцы комментируют употребление обращений в речи гостей-фламандцев (но не наоборот), как и авторская трактовка этих комментариев. В частности, в первом интервью гость — университетский профессор-фламандец — на протяжении всей беседы использует вежливое местоимение *и* (и его формы), обращаясь к ведущей, в то время как ведущая обращается к нему, используя неформальные местоимения 2 л. ед. ч. В какой-то момент ведущая комментирует это асимметричное использование: «Ты говоришь о том, как справляться ... Я все время говорю “ты” [je], а ты все время говоришь “Вы” [u], мы договорились перейти на “ты”, но фламандец в тебе упрямствует и продолжает говорить “Вы” [u]»<sup>1</sup>.

Это объяснение ведущей автор статьи считает примером того, как разница в вариантах одного и того же языка приводит к непониманию. Однако из этой цитаты неясно, как слова ведущей связаны с употребляемыми гостем местоимениями, т.е. что именно в поведении собеседника она объясняет его «фламандскостью»: манеру использования местоимений, склонность к поддержанию дистанции в разговоре с незнакомым собеседником в формальной ситуации или, например, отказ следовать договоренностям? Но как бы то ни было, объяснение ведущей имеет отношение к культурной разнице, а не языковой. И наоборот, кажется маловероятным предположение, будто веду-

<sup>1</sup> Транскрипция этого эпизода представлена в статье следующим образом:

(3) CV: *Je hebt het over besturen ... Ik zeg steeds 'je', en je zegt steeds 'u', we hadden afgesproken te tutoyeren, maar de Vlaming in jou is hardnekkig, die blijft 'u' zeggen. [lacht]*

'You talk about managing [pain] ... I always say "je" and you always say "u", we had agreed to say "je", but the Fleming in you is stubborn, he continues to say "u".' [laughs]

KV: *Ik hoor het zelf niet soms.*

'I don't hear it myself sometimes' (P. 21–22).

щая по ошибке принимает вежливые местоимения в речи гостя за фламандские.

Нужно сказать также, что ответ гостя на этот комментарий («Я и сам иногда не замечаю») не означает ни того, что ведущая была права, связав его манеру взаимодействия с «фламандскостью», ни того, что гость считает, что ведущая была права в этом. Посредством этой реплики гость лишь дает понять, что не оспаривает уместность замечания ведущей: предоставляет объяснение своим действиям, противоречащим договоренности, а не вступает в спор.

Наиболее интересной (как своим сюжетом, так и с точки зрения попытки его теоретического осмысления) кажется статья “First Names in Starbucks: A Clash of Cultures?” (Johanna Isosävi, Hanna Lappalainen). Она посвящена обращениям обслуживающего персонала к клиентам во французских и финских кофейнях международной сети “Starbucks”. Принятая в сети практика выглядит следующим образом. После того как клиент подошел к стойке и сделал заказ, бариста спрашивает имя клиента. Когда заказ готов, другой бариста, выдающий заказы, сообщает об этом, громко произнося имя, которое назвал клиент, делая заказ (см. пример на с. 105 сборника).

Эта практика, перенесенная из американского контекста в Финляндию и Францию, интересна тем, что она оказалась своего рода экспериментом, нарушившим фоновые ожидания относительно коммуникации в сфере обслуживания, существующие по крайней мере у части финнов и французов. Эти ожидания, а также представления о значении и уместности обращений по имени были эксплицированы в интернет-комментариях, которые и оказались основным источником для авторов статьи. Кроме того, в качестве вспомогательных данных были использованы наблюдения и блиц-интервью, собранные авторами в двух кофейнях в Хельсинки и четырех в Париже (Р. 101–102).

В ходе сравнительного анализа комментариев во Франции и Финляндии авторы выделили несколько наиболее распространенных мотивов или значений, которые комментаторы приписывали обращениям по имени в “Starbucks”:

- выражение личного (дружеского, неформального) отношения (Р. 110–111);
- функциональность (легче найти свой заказ; сотрудникам проще назвать имя, чем необычные названия некоторых напитков; р. 109–110);

- чуждость, практика, привнесенная из Америки, нехарактерная для данной культуры (Р. 106–108);
- маркетинговая стратегия (Р. 109).

Эти мотивы и ассоциации определяются в статье как индексальные (или социальные) значения и анализируются с использованием концепции уровней индексальности (indexical orders) Майкла Силверстина [Silverstein 2003]. Значение «американскость» (стиль общения, принятый в США) авторы статьи относят к первому уровню индексальности, основываясь на том, что «американскость» отмечается в комментариях и во Франции, и в Финляндии (Р. 106), а также на собственных представлениях о том, что американское происхождение компании должно вызывать соответствующие ассоциации (Р. 112–113). На основе этого значения, по их мысли, у носителей возникают последующие вторичные интерпретации — индексальные значения второго уровня, варьирующие, как полагают исследователи, в зависимости от установок индивида и его региональной принадлежности (Р. 112). Так, значение «маркетинговая стратегия» оказалось лучше выражено в комментариях французов (у финнов оно встречается только в контексте упоминания телемаркетинга, но никогда отдельно; р. 109), а негативные оценки в комментариях финнов были более интенсивными (Р. 106–107).

Применение данной концепции чрезвычайно интересно. Однако предложенное авторами распределение значений по уровням: внизу «американскость», над ней — «маркетинговая стратегия», «личное отношение» и т.д. — кажется небесспорным, если следовать логике Силверстина. Если исходить из того, что индексальные значения как бы надстраиваются друг над другом таким образом, что последующее значение (уровень  $n+1$ ) преодолевает или развивает предыдущее (уровень  $n$ ), то кажется, что порядок должен быть иным. На самом нижнем уровне нужно было бы расположить то индексальное значение, которое обращение по имени вызывает в любом контексте. Как мне кажется, такое значение можно было бы сформулировать следующим образом: «определенная степень близости или знакомства между адресатом и говорящим» (как минимум говорящему известно имя адресата)<sup>1</sup>. Это значение противопоставляется анонимности, отсутствию знакомства.

На мой взгляд, это противопоставление и эксплуатирует сеть “Starbucks”, обращаясь к клиентам по имени (ср. фразу из про-

<sup>1</sup> При этом значение «знакомство, известность адресата говорящему» актуально для любой формы имени собственного: полное личное имя, «домашнее» имя, фамилия, имя-отчество и пр.



моролика компании, выпущенного в связи с возобновлением обращений по имени к клиентам во Франции после некоторого перерыва: «Мы заметили, что все вокруг как будто становится чуть более обезличенным в наше время. А вы? Как вам кажется?» — р. 105). Обращение по имени в этом контексте подразумевает теплое, личное, дружеское отношение<sup>1</sup>: это значение, как видно из приведенных в статье примеров, разделяет и часть информантов.

И наоборот, предположение, будто цель обращений к клиентам по имени состоит в том, чтобы вызвать ассоциации с американской идентичностью, кажется в этом контексте необъяснимым. На мой взгляд, значение «американскость» (т.е. использование личного имени как признак американской — в данном случае чуждой — культуры общения), как и значение «вторжение в личное пространство» (возникающее на фоне представлений информантов о том, какая степень близости является адекватной во взаимодействии «клиент — работник сферы обслуживания») или «маркетинговая стратегия» (симуляция близости, противопоставленная по-настоящему близким отношениям), очевидным образом возникают как конкурирующие, альтернативные значению «личное отношение», которое стремится утвердить сама компания. Таким образом, «американскость» скорее находится на одном уровне с теми значениями, которые авторы статьи отнесли к вторичным.

В заключение стоит сказать, что хотя можно не соглашаться с конкретными интерпретациями или с применениями концепций и методов, но это все же не умаляет достоинства текстов, вошедших в сборник. Подчеркну еще раз, что сборник дает читателю возможность познакомиться и с разнообразными практиками обращений, и с различными подходами к их исследованию (иногда весьма нетривиальными), в чем, вероятно, и состоит главная его ценность.

### Библиография

*Ратмайр Р.* Русская речь и рынок. Традиции и инновации в деловом и повседневном общении. М.: Языки славянской культуры, 2013. 455 с.

Социолингвистика и социология языка. Хрестоматия. Т. 2. СПб.: Изд-во ЕУСПб, 2015. 726 с.

---

<sup>1</sup> Можно заметить, что данное значение имеет уже не любая форма личного имени. В качестве мысленного эксперимента можно попытаться представить, какой эффект могло бы вызвать обращение по фамилии, исходя из того, в каких контекстах оно используется и какие роли предполагает (армия, школа). Как мне кажется, этот мысленный эксперимент косвенно свидетельствует, что значение «знать адресата» лежит уровнем ниже, чем значение «личное отношение».

- Brown R., Ford M.* Address in American English // *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1961. Vol. 62. No. 2. P. 375–385.
- Brown R., Gilman A.* The Pronouns of Power and Solidarity // Sebeok T.A. (ed.). *Style in Language*. Cambridge, MA: MIT Press, 1960. P. 253–276.
- Clyne M.* Pluricentric Languages – Introduction // Clyne M. (ed.). *Pluricentric Languages. Differing Norms in Different Nations*. B.; N.Y.: De Gryter, 1992. P. 1–10.
- Silverstein M.* Indexical Order and the Dialectics of Sociolinguistic Life // *Language & Communication*. 2003. Vol. 23. P. 193–229.

Дмитрий Колядов

---

**A Review of Catrin Norrby, Camilla Wide (eds.), *Address Practice as Social Action: European Perspectives*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2015, 151 pp.**

**Dmitry Kolyadov**

European University at St Petersburg  
6/1 A Gagarinskaya Str., St Petersburg, Russia  
dkoliadov@eu.spb.ru

This collection of articles is devoted to the study of address practices in several European languages and in different contexts: radio interviews, TV-ads, movies, service encounters, address practices in universities, Internet-forums. The collection is characterized by focus on use of address in a context: switchings, negotiations, native speakers' interpretations, constructing of identities.

Keywords: terms of address, context, practice, comparative research, social relations.

**References**

- Brown R., Ford M., 'Address in American English', *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961, vol. 62, no. 2, pp. 375–385.
- Brown R., Gilman A., 'The Pronouns of Power and Solidarity', Sebeok T. A. (ed.), *Style in Language*. Cambridge, MA: MIT Press, 1960, pp. 253–276.
- Clyne M., 'Pluricentric Languages – Introduction', Clyne M. (ed.), *Pluricentric Languages. Differing Norms in Different Nations*. Berlin; New York: De Gryter, 1992, pp. 1–10.
- Rathmayr R., *Russkaya rech i rynok. Traditsii i innovatsii v delovom i povsednevnom obshchenii* [Russian Speech and Market: Traditions and Innovation in Business and Everyday Communication]. Moscow: Yazyki slavyanskoj kultury, 2013, 455 pp. (In Russian).

Silverstein M., 'Indexical Order and the Dialectics of Sociolinguistic Life',  
*Language & Communication*, 2003, vol. 23, pp. 193–229.

*Sotsiolingvistika i sotsiologiya yazyka* [Sociolinguistics and Sociology of  
Language]: A reader, vol. 2. St Petersburg: EUSPb Press, 2015,  
726 pp. (In Russian).