

УДК 811.111 42

*Л. В. Михайлова***ВЕЖЛИВОСТЬ В РЕЧЕВОМ ОБЩЕНИИ**

Ключевые слова: принципы вежливости, таксономия, постулат, максима, компетитив, конвивиал, конфликтив, теория вежливости, позитивное лицо, негативное лицо, ликоущемляющие речевые акты.

Данная статья посвящена анализу категории вежливости в речевой коммуникации, ее основополагающих принципов и стратегии.

В теоретическом плане понятие «вежливость» получило разработку в современной лингвистической прагматике в рамках теории речевого общения. Одним из фундаментальных принципов коммуникации, сформулированных П. Грайсом, является принцип вежливости, влияние которого часто играет решающую роль в оформлении высказывания и в отборе речевых вариантов выражения директивного речевого акта [1].

В общем виде вежливость можно определить как принцип социального взаимодействия, в основе которого лежит уважение к личности партнера. Этот принцип распространяется на все виды человеческого взаимодействия — как вербального так и невербального.

Следование принципу вежливости накладывает определенные ограничения на поведение коммуникантов, которые заключаются в том, чтобы учитывать интересы партнера, считаться с его мнением, желаниями и облегчать по возможности возлагаемые на него задачи. Соблюдение принципа вежливости в конечном счете имеет целью добиться максимальной эффективности социального взаимодействия за счет соблюдения социального равновесия дружественных отношений. В прагматической теории речевого общения вежливость рассматривается как универсальный принцип, который в практике речевого взаимодействия играет регулирующую роль. Принцип

вежливости определяется как особая стратегия речевого поведения, направленная на «предотвращение конфликтных ситуаций», цель которой «сохранить лицо».

Данный стратегический принцип реализуется в практике речевого общения с помощью различных тактических приемов, которые формулируются в виде постулатов и максим [1; 4].

Так, Дж. Лич строит свою таксономию следующим образом, он выделяет:

1) компетитив (иллокутивная цель конкурирует с социальной целью, например: приказы, требования, просьбы, вопросы);

2) конвивиал (иллокутивная цель совпадает с социальной целью, например: предложения, приглашения, приветствия, благодарности, поздравления);

3) коллаборатив (иллокутивная цель безразлична для социальной цели: утверждения, сообщения, объявления);

4) конфликтив (иллокутивная цель находится в конфликте с социальной целью: угрозы, обвинения, проклятия, выговоры).

Социальная цель, по мнению Дж. Лича, состоит в том, чтобы избегать конфликтов между коммуникантами. Этой цели отвечает теория вежливости [4].

П. Браун и С. Левинсон предлагают набор различных тактических приемов, при помощи которых говорящий регулирует свое речевое поведение, исходя из оценки ситуации. Ситуация оценивается говорящим на основе трех независимых переменных:

1) социальной дистанции между говорящим и слушающим;

2) влиянием одного коммуниканта на другой;

3) степени внедрения в сферу адресата [3].

В соответствии с тем, каким образом говорящий оценивает риск «потери лица» в данной обстановке, он реализует или не реализует речевой акт. Если речевой акт реализуется, то тогда адресант решает, какую форму выражения вежливости следует избрать: эксплицитную или имплицитную.

Анализируя действия максимы такта, Дж. Лич выделяет аналогичные аспекты ситуации общения и предлагает их

сравнительную оценку, которая определяется с помощью пяти шкал:

- 1) шкала затрат и выгоды;
- 2) шкала свободы выбора;
- 3) шкала авторитетности;
- 4) шкала социальной дистанции;
- 5) шкала косвенности [4].

Корреляция максимы такта и прагматических параметров ситуации формулируется следующим образом: чем больше усилий требуется от слушающего, чтобы совершить действие, чем дальше социальная дистанция между говорящим и слушающим и чем выше авторитет слушающего, тем большая необходимость возникает в предоставлении слушающему свободы выбора, и, соответственно, возрастает необходимость в увеличении косвенности выражения директивного речевого акта.

Браун и Левинсон полагают, что каждому человеку присущи два лица — положительное и отрицательное. Позитивное лицо — это желание быть одобренным, понятым, желание нравиться и вызывать восхищение. Негативное лицо понимается как потребность каждой личности в свободе действий и свободе от наказания.

Таким образом, лицо одного коммуниканта зависит от того, сохраняется ли лицо другого коммуниканта. Сохранить лица друг друга является взаимной задачей участников ситуации общения. Их лингвистические стратегии должны быть направлены на решение этой общей задачи [3].

В конце 70-х годов прошлого века Браун и Левинсон впервые вводят понятие ликоущемляющих речевых актов. Ликоущемляющие речевые акты являются одной из важнейших составляющих теории вежливости, которая предписывает как можно меньше ущемлять права другого, а если этого невозможно избежать, то по крайней мере — облекать невежливые, то есть принуждающие РА, в максимально уважительную форму [3].

Оптимальная стратегия поведения личности в обществе согласно теории вежливости состоит в том, чтобы адресант делал для адресата все, что он бы хотел видеть по отношению к себе.

Ликоущемляющие речевые акты, ограничивающие свободу действий адресата (угроза отрицательному лицу), включают:

1) РА, которые предопределяют некоторое будущее действие адресата, и (не) выполнение его оказывает давление на слушающего (приказы, просьбы, советы, предложения, намеки, упоминания, угрозы и предостережения).

2) РА, которые прогнозируют позитивное будущее действие говорящего относительно адресата (предложения, обещания).

3) РА, которые утверждают некое желание говорящего по отношению к адресату (комплименты).

Ликоущемляющие речевые акты, которые угрожают позитивному лицу адресата (они выражают то, что говорящий не заботится о чувствах, нуждах другого коммуниканта), включают:

1) РА, которые показывают, что у говорящего имеется отрицательная оценка одной из сторон положительного лица слушающего (выражение неодобрения, критики, презрения, насмешки, жалобы, выговора, обвинения, оскорбления).

2) РА, которые демонстрируют то, что говорящий не заботится или равнодушен к положительному лицу слушающего (выражения, выходящие из под контроля эмоций, упоминание тем, которые являются неуместными в данном контексте, затрагивание плохих новостей, отказ от сотрудничества в совместной деятельности, употребление форм обращения или других социальных маркеров, обозначающих принадлежность к какой-либо социальной группе).

Кроме того, выделяются такие РА, которые наносят ущерб лицу говорящего:

— РА, которые затрагивают негативное лицо говорящего (выражение благодарности, принятие благодарности или извинения, оправдания, принятие комплимента, самоуничижение).

Принцип вежливости, регулирующий отношения между личностью и обществом, относится к области этикетного поведения. Речевой этикет регулирует речевое поведение членов общества, выступающих в процессе коммуникации в роли коммуникантов в разных социально значимых ситуациях общения [2]. Правила речевого этикета варьируются применительно к сфере общения, ситуации общения и зависят от таких экстралингвистических факторов, как ролевые и личностные отношения коммуникантов.

Детальное изучение принципов и стратегий вежливости, безусловно, является неизменно актуальной и наиважнейшей задачей лингвистической прагматики на современном этапе ее развития.

Список литературы

1. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып.16. – С. 217–237.
2. Рыжова Л. П. Речевой этикет и языковая норма / Л. П. Рыжова // Языковое общение: единицы и регулятивы. – Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1987. – С. 51–58.
3. Brown P. Politeness: Some universals in language use / P. Brown, S. Levinson. – London, New York : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
4. Leech G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London : Longman, 1983. – 246 p.

Резюме

Ввічливість є таким принципом соціальної взаємодії, який ґрунтується на повазі до співрозмовника. Це один із базових принципів мовної комунікації. Ввічливість розглядається як особлива стратегія мовленнєвої поведінки. В основі цієї стратегії постулати та максими.

Summary

Politeness can be defined as a principle of social interaction, which is based on respect towards the personality. It is one of the fundamental principles of communication. Politeness can be treated as a special strategy of speech behaviour. This strategy is based on some postulates and maxims.