

Коммуникативно-прагматический аспект построения высказывания

Светлана Васильевна Мощева

Ивановский государственный химико-технологический университет, Россия
moshevasv@mail.ru

Ключевые слова: речевое поведение, коммуникативные постулаты, правила этикета, дискурсивные стратегии, речевые стереотипы, формы влияния

Key words: verbal behavior, communicative postulates, rules of decorum, discursive strategies, language behaviour stereotypes, forms of influence

Рассматривая коммуникативно-прагматический аспект актуализации высказывания, необходимо проанализировать некоторые принципы его построения, выявить облигаторные и необлигаторные характеристики их использования, а также внутренние и внешние условия, влияющие на их выбор.

Принцип Кооперации, согласно П. Грайсу, передает следующую идею: «твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога» (Грайс, 1985, с. 222]. Реализация данного принципа включает следование ряда коммуникативных постулатов – Количества, Качества, Отношения и Способа.

Постулат Количества ориентирован на трансляцию количества информации, которое необходимо передать в процессе коммуникации. Данный процесс, по мнению автора, имеет некоторые ограничения, влияющие на его успешное протекание: высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется; высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

Принцип Качества соотносится с понятием истины, т.е. продуцент не должен выдавать ложную информацию, а также информацию, для подтверждения которой нет оснований.

Принцип Отношения основан на следовании определенной теме коммуникации.

Реализация *Принципа Способа* базируется на правиле ясности выражения мысли, под которым понимается игнорирование непонятных реципиенту выражений и понятий, стремление к однозначности выражения намерения и краткости, а также организованности.

Цель, которой придерживался П. Грайс в ходе формулирования коммуникативных принципов, заключается в максимально эффективной передаче общения. Причем подчеркивается, что соблюдение в речевом общении Принципа Кооперации и постулатов следует «рассматривать как своего рода квазидоговор, аналогичный тому, который действует за пределами сферы дискурса, то есть во внеречевом общении» (Там же, с. 225).

Отметим, Г.П. Грайс не настаивает на неукоснительном следовании говорящими всех максим речевого взаимодействия, которые были им сформулированы. Данное утверждение автор комментирует, приводя ряд примеров неисполнения постулатов участником речевого общения: 1. Он может с невозмутимым видом, недемонстративно не соблюсти постулат; при этом он, скорее всего, введет собеседника в заблуждение; 2. Он может уклониться от соблюдения как конкретного постулата, так и вообще Принципа Кооперации: сказать или дать понять, что он не склонен сотрудничать так, как того требует данный постулат. Например, он может сказать: «Больше я ничего не

могу сказать; мой рот на замке»; 3. Он может попасть в ситуацию конфликта, например, оказаться не в состоянии выполнить первый постулат количества («Будь достаточно информативен»), не нарушая второго постулата качества («Твои слова должны иметь достаточное обоснование»); 4. Он может нарушать постулат, то есть откровенно отказаться от его соблюдения (Там же, с. 226).

К сознательным нарушениям постулатов можно отнести и косвенные речевые акты, метафорические высказывания и высказывания иронического характера. Слушающему, когда он воспринимает актуальное метафорическое высказывание, нужно знать не только свой язык, но и быть в курсе того, в каких условиях высказывание произносилось. Он должен владеть общими с говорящим фоновыми представлениями, а также располагать дополнительной фактической информацией, которая может ему позволить понять, что для говорящего *S есть P* фактически означает *S есть R*, удовлетворяя при этом условию истинности (Сусов, 2006, с. 111).

Намеренное либо ненамеренное игнорирование представленных постулатов заставляет адресата прибегать к процедуре интерпретации, декодируя первоначальное намерение, вычисляя скрытый смысл, т.е. импликатуру. Вывод коммуникативной импликатуры требует владения конвенциональным значением использованных слов и знанием всех их референтов; Принципом Кооперации и постулатами данного принципа; фоновыми знаниями; знанием того, что вся релевантная информация доступна для участников коммуникации.

Отметим неоднозначное отношение к озвученным выше принципам, так как некоторые принципы могут казаться несущественными, некоторые наивными с точки зрения современных коммуникативных реалий. Наша позиция такова, что процесс соблюдения и игнорирования максим облигаторен в определенных типах дискурса. Так, например, для рекламного дискурса, являющегося предметом нашего анализа, нарушение ряда принципов согласуется с понятием аттрактивности, в то же время соблюдение других принципов входит в инструментальный аппарат реализации дискурса. Наконец, нарушение правил коммуникации может быть ориентировано и на повышение экспрессивности речи, придание ей эстетической ценности (Арутюнова, 1985, с. 28), что наблюдается в ходе анализа подобранного нами экспериментального корпуса.

Д. Гордон и Дж. Лакофф дополняют процесс актуализации постулатов речевого общения условием контекста и вводят понятие класса контекстов. Протекание речевой ситуации ограничено некоторыми условиями, например, искренности, мотивированности.

Анализируя реализацию условия *искренности* на примере высказываний с иллокуцией просьбы, авторы делают следующие комментарии: «если *a* искренне просит *b*, чтобы *b* сделал *R*, то *a* хочет, чтобы *b* сделал *R*, *a* предполагает, что *b* может сделать *R*, *a* предполагает, что *b* склонен сделать *R*, и *a* предполагает, что *b* не будет делать *R* при отсутствии соответствующей просьбы» (Гордон – Лакофф, 1985, с. 228]. Просьбу можно выразить либо с помощью утверждения условия искренности, ориентированного на говорящего, либо вопроса к условию искренности, которое ориентировано на реципиента. Особому анализу подвергаются такие предложения, как «Can you take out the garbage?», поскольку вне контекста нельзя распознать реальное намерение продуцента сообщения, поскольку именно контекст выявляет иллокуцию просьбы или иллокуцию вопроса. Другими словами, коммуникативно имплицированное значение (просьба) может быть выражено только тогда, когда не имеется в виду буквальное значение (то есть вопрос) и слушающий это понимает (Там же, с. 279).

Применительно к высказываниям просьбы выявляются условия мотивированности. А именно, просьба является мотивированной в случае, а) если продуцент имеет основание для ее выполнения; б) если продуцент считает, что реципиент может ее выполнить; в) если продуцент считает, что реципиент склонен ее выполнить; г) если продуцент считает, что без этой просьбы не сделает того же самого действия. Что касается высказываний с иллокуцией утверждения, то оно мотивировано в случае, если продуцент имеет основание считать такое высказывание истинным. Комиссивный речевой акт мотивирован, когда продуцент обладает основанием его выполнить. Д. Гордон и Дж. Лакофф высказывают следующее допущение о том, что сомнение в одном из условий мотивированности подвергает сомнению мотивированность всего речевого акта. Возвращаясь к случаям неоднозначности иллокутивной силы высказывания и зависимости ее от контекста, рассматривается различная дистрибуция лексемы “please” в начальной и конечной позиции в высказывании. Например, в начальной позиции лексическая единица “please” соединяется с любым предложением, которое выражает просьбу в данном контексте, независимо от поверхностного грамматического оформления высказывания; в тоже время в конечной позиции слово “please” соединяется с любым предложением, логическая структура которого выражает прямую просьбу и которое реально выражает просьбу в данном контексте (Sadock, 1972). Данное суждение требует некоторого уточнения: 1) слово “please” обычно соединяется с просьбами, которые являются таковыми для говорящего или того, кого он представляет; 2) оно не соединяется с просьбами содержание которых относится к тому, что адресат обязан выполнить (Shouldn't you close the door, please?); 3) в просьбах нередко выражается гораздо больше, чем мы непосредственно понимаем; например, утвердительное предложение, выражающее просьбу, может быть сочинено с повелительным предложением (I want two hamburgers, and put mustard on both); 4) в некоторых случаях говорящий может обратиться к одному лицу и выразить просьбу, адресованную другому (Don't you think the people in the back of the room should shut up?) (Гордон – Лакофф, 1985, с. 301–302).

Принимая во внимание коммуникативно-прагматический аспект построения высказывания, следует подчеркнуть значимость не только коммуникативных постулатов, но и постулатов социальной природы, например, *Принципа Вежливости*, который сформулирован Дж. Лич. Данный принцип характеризует отношения между говорящими и включает ряд максим, необходимых для соблюдения в процессе общения, а именно: 1) такта (сведи к минимуму издержки для другого / сделай максимальной пользу для другого); 2) великодушия (сведи к минимуму пользу для себя / максимально увеличь потери для самого себя); 3) одобрения (сведи к минимуму порицание другого / сделай максимальной похвалу другого); 4) скромности (сведи к минимуму восхваление себя самого / доведи до максимума порицание в адрес самого себя); 5) согласия (сделай минимальным несогласие между собой и другим / добейся максимального согласия между собой и другим); 6) симпатии (сведи к минимуму антипатию между собой и другим / добейся максимальной симпатии между собой и другим) (Leech, 1983, с. 132). Кроме того, номенклатура максим вежливости дополняется металингвистической максимой (*Фатическая Максима*), способствующая поддержанию речевого общения, выбору «мирной» темы и фокусирование на отношениях собеседников, а не на обмене фактической информацией (Там же, с. 141 - 142).

Центральным понятием теории *Вежливости*, разработанной С. Левинсоном и П. Брауном, является «face threatening acts», т.е. речевые/неречевые действия, которые игнорируют потребности позитивного или негативного лица адресата или адресанта (Brown – Levinson, 1988, с. 68). Подобные «лицеповеждающие акты» нуждаются в

смягчении для успешной коммуникации. Кроме того, выделяются стратегии, с помощью которых совершаются речевые акты, потенциально наносящие ущерб собеседнику: 1) открытая стратегия без компенсирующих действий (*bald-on-record strategy*), 2) скрытая (*off-record*), 3) открытые стратегии с компенсирующими действиями - позитивная и негативная, в зависимости от того, потребности какого из аспектов «лица» компенсируются; смягчающие компенсирующие действия, в зависимости от ориентации на позитивное или негативное лицо, составляют суть позитивной или негативной вежливости (Там же, с. 70).

Изучая категорию вежливости, не до конца решенным остается вопрос об универсальных формах репрезентации вежливости. Однако парадигмы «вежливость – языковые особенности отдельной личности» и «вежливость – социальная/государственная структура» активны для рассмотрения, а также признается связь вежливости с использованием языка личности и общественного учреждения. И. Т. Пиирайнен, исследуя категорию вежливости в рамках политического дискурса, делает следующие обобщения, а именно, «примеры из сообщений прессы отдельных политических партий, а также из газетных статей о дебатах в бундестаге показывают, что вместо аргументов используются коннотации, которые должны представить политического противника сомнительным или даже смешным; наступило, видимо, время не только начать дискуссию о категории “вежливости” в области лингвистики, но и рассмотреть влияние лексических, психологических и социологических факторов на общественное словоупотребление» (Пиирайнен, 1996, с. 105).

В. И. Карасик рассматривает принципы вежливости с позиции характеристик статусно-оценочного поведения продуцента и реципиента коммуникативного события, выделяя блоки говорящего, взаимосвязи говорящего и адресата, способа языкового выражения (Карасик, 1991). К *позиции говорящего* автор относит 1) эмоционально-волевой самоконтроль, степень искренности, степень волевого самоконтроля; 2) рефлексия говорящего: рефлексия на персональной дистанции, рефлексия на социальной дистанции, вектор самоуважения. Относительно *способа языкового выражения* отмечается *прямое выражение* (прямое развернутое выражение, вежливое поведение на персональной дистанции, вежливое поведение на социальной дистанции, невежливое поведение на персональной дистанции, невежливое поведение на социальной дистанции, прямое свернутое выражение); *косвенное выражение* (косвенное развернутое выражение, косвенное свернутое выражение) (Там же, с. 236).

В работах Р. Конрада *принцип вежливости* рассматривается с точки зрения успешности речевого акта на примере косвенных вопросительных высказываний, анализируются случаи использования косвенных вопросов и обстоятельства, при которых данные типы высказываний могут расцениваться как форма вежливости. Р. Конрад ставит под сомнение тезис Д. Франка, который состоит в том, что следует принять в качестве «правила вежливости», что “?р” всегда вежливо в противоположность “!р”? (Конрад, 1995, с. 370). Автором делаются некоторые заключения: 1) не при всяких обстоятельствах считается вежливым задать вопрос; не всегда это соответствует и условиям успешности речевого акта; 2) нет оснований утверждать, что вопрос предоставляет более благоприятную возможность для выхода из диалога, чем прямая просьба; 3) имеет место ряд случаев, когда вопрос задается вместо просьбы не из соображений вежливости, сколько по причине незнания/неуверенности говорящим в успешности прямой просьбы; 4) некоторую часть фактов можно объяснить с помощью принципа вежливости, однако этот принцип не может служить универсальным объяснением для всей совокупности косвенных употреблений вопросительных предложений (Там же, с. 371).

Следующий принцип, который нельзя игнорировать в рамках коммуникативно-прагматического аспекта построения высказывания – это *Принцип Релевантности*. Релевантность, которая рассматривалась в качестве классификационного понятия, согласно Д. Шперберу и Д. Уилсону, является и сопоставительным понятием, которое определяется в терминах условий меры. Условие меры включает следующие допущения: 1) допущение является тем релевантнее в некотором контексте, чем больше его контекстуальные эффекты в данном контексте; 2) допущение является тем релевантнее в некотором контексте, чем меньше когнитивные усилия, необходимые для его обработки (Шпербер, Уилсон, 1988, с. 218). Интерес представляют остенсивные стимулы, к которым прибегают коммуниканты для ознакомления с информативными стимулами друг друга, соответствующим требованиям привлечения внимания аудитории и сфокусированности на намерениях коммуникантов. Таким образом, остенсивные стимулы вызывают определенные ожидания в отношении релевантности, достижимой при условии выявления информативного намерения коммуниканта (Там же, с. 230). Вводится понятие оптимальной релевантности, которое означает учет интересов и продуцента, и реципиента, а также формулируется презумпция оптимальной релевантности, которая имеет место в акте остенсивной коммуникации. Авторы уточняют, остенсивно-инференциальная коммуникация осуществляется на уровне подсознания и требует конструирования концептуальных представлений и участия центральных мыслительных процессов. Подобный тип коммуникации, по определению Д. Шпербера и Д. Уилсона, – это коммуникация, при котором адресант с помощью доступных ему средств выражения стремится довести свои информативные намерения до сознания адресата, который, в свою очередь, основываясь на получаемой информации, производит необходимые умозаключения об информативных намерениях адресанта (Там же, с. 231).

Следование представленным принципам построения высказывания ориентировано на процесс успешной коммуникации, в которой находит место консолидация интенции продуцента и факторов ожидания реципиента. Кроме того, следование/игнорирование коммуникативных принципов, их сочетание в рамках дискурса преследует ряд целей разного порядка, например, выстраивание манипулятивного характера коммуникации, а также способствует интенсификации речевого поведения продуцента в рамках определенного коммуникативного события.

Литература:

- АРУТЮНОВА, Нина Давидовна: Истоки, проблемы и категории прагматики. In: «Новое в зарубежной лингвистике»: Вступительная статья. Вып. 16. Москва: Прогресс 1985. Вып.16.
- ГОРДОН, Давид – ЛАКОФФ, Джордж: Постулаты речевого общения. In: «Новое в зарубежной лингвистике». Вып. 16. Москва: Прогресс 1985.
- ГРАЙС, Герберт Пол: Логика и речевое общение. In: «Новое в зарубежной лингвистике». Вып. 16. Москва: Прогресс 1985.
- КАРАСИК, Владимир Ильич: Язык социального статуса. Москва: Институт языкознания АН СССР, Волгоградский педагогический институт 1991.
- КОНРАД, Руди: Вопросительные предложения как косвенные речевые акты. In: «Новое в зарубежной лингвистике». Вып. 16. Москва: Прогресс 1985.
- ПИИРАЙНЕН, Ирина: Вежливость как категория языка. In: Вопросы языкознания, №6. Москва: Наука 1996, 100–106 с.
- СУСОВ, Иван Павлович: Лингвистическая прагматика. Москва: Восток–Запад 2006.
- ШПЕРБЕР, Дэн – УИЛСОН, Дейрде: Релевантность. In: «Новое в зарубежной лингвистике». Вып. 23. Москва: Прогресс 1988.

BROWN, Penelope – LEVINSON, Stephen: *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge Univ. Press 1987.
LEECH, Geoffrey, N.: *Principals of Pragmatics*. London and New York: Longman 1983.
SADOCK, Jerrold, M.: *Whimperatives*. In: «Studies»: presented to R. Lees by his students. Edmonton: Linguistic research Inc. 1972.

Summary

Communicative and pragmatic aspects of a statement's construction

In the article some approaches to the study of communicative and pragmatic aspects of a statement's construction are considered. It is well known, the communication process is affected by numerous phenomena, that is, verbal postulates, rules of decorum, discursive strategies, language behaviour stereotypes, forms of influence on the partner and so on. The verbal postulates include the principles considered as the key rules of activity. One of the major principles of communication is a cooperation principle including the maxims of quantity for information, relation, manner and quantity. We share the opinion of some scientists, that pragmatical aspect of a language is connected with a person's attitude to language signs, with an expression of his directives, evaluations, emotions, intentions in a process of generation of speech actions in statements.