

Е. Б. Петрова

ОСОБЕННОСТИ ВОПЛОЩЕНИЯ КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В СИТУАЦИИ РЕАКТИВНОГО СОВЕТА (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ СОЦИОКУЛЬТУР)¹

Вежливость постулируется как особая коммуникативно-прагматическая категория с основой прежде всего на концепции вежливости П. Браун, С. Левинсона и Р. Дж. Уоттса. Приводятся результаты оценивания русскими и американскими студентами наиболее типичных вербальных реализаций реактивного совета по шкале вежливости через призму социопрагматических факторов: возраст коммуникантов, социальные статусы интерактантов и социальные отношения между ними.

Ключевые слова: сопоставительная прагматика, вежливость, побудительные речевые акты, реактивный совет, социопрагматические факторы.

В настоящее время как отечественные, так и зарубежные исследователи по коммуникации уделяют большое внимание морально-этическим аспектам речевого взаимодействия субъектов, в том числе соблюдению вежливости при осуществлении различных актов речи [1–7]. Цель данной статьи – выявить специфику воплощения коммуникативно-прагматической категории вежливости при осуществлении побудительного акта реактивного совета (т. е. совета, которому предшествует запрос) на материале русской и американской социокультуры.

Прагмалингвисты отмечают, что речевой акт совета (как и другие побудительные речевые акты) задает интерактивный модус коммуникации [8–10]. Согласно Дж. Р. Серлю, иллокутивная составляющая совета, т. е. иллокутивная цель (со стороны говорящего), заключается в том, чтобы добиться от слушающего совершения некоторого действия, направление приспособления осуществляется от реальности к словам, а выраженное психологическое состояние – это желание (пожелание) или потребность [10]. В ситуации реактивного совета (т. е. совета, которому предшествует запрос): 1) потенциальный исполнитель каузируемого действия сам инициирует каузацию, реализуя собственное желание того, чтобы его действия были одобрены другими интерактантами; 2) инициатор совета не имеет препятствий в том, чтобы обращаться за советом или нет, следовать ему или нет; в силу этого инициатор совета не может ощущать реактивный совет как посягательство того, кто дает совет, на ограничение своего поведения. В отличие от других побудительных речевых актов совет обнаруживает специфику в отношении а) значимости наличия у субъекта, который дает совет, высокого статуса,

большого опыта или знания и б) выгоды действия для потенциального исполнителя действия, который сам просит совета. Эти особенности побудительного акта реактивного совета влияют на воплощение вежливости.

Дефиниции вежливости многочисленны. Полагаем целесообразно условно разделить зарубежные и отечественные исследования на те, которые определяют вежливость как 1) максимум (правило) или стратегию речевого общения [11–13]; 2) концепт или культурный скрипт [14] и 3) языковую, коммуникативно-прагматическую или национально-специфическую категорию [15, 16]. Анализируя вежливость в прагматической ситуации реактивного совета на материале русского и английского языков, остановимся на ее категориальном характере, опираясь прежде всего на теорию П. Браун и С. Левинсона в отношении наличия у каждого субъекта, вступающего в вербальное взаимодействие с другими коммуникантами, 1) желания быть свободным в своих действиях и 2) желания того, чтобы собственные действия были одобрены другими интерактантами [17]. Кроме того, придерживаясь взглядов Р. Дж. Уоттса на вежливое поведение как отрезок континуума речевого поведения, мы считаем, что речевое поведение субъекта, которое осуществляется в пределах принятых норм, – это соответствующее или нормальное поведение, а речевое поведение вне норм – грубое («негативно маркированное») или вежливое («позитивно маркированное») [18, с. 43–52]. Таким образом, будем понимать под вежливостью особую коммуникативно-прагматическую категорию, объединяющую: а) языковые средства, используемые в бесконфликтном, гармоничном, а также комфортном и приятном

¹ Исследование, результаты которого изложены в настоящей статье, осуществлялось при поддержке Программы исследовательских стипендий Корпорации Карнеги в Нью-Йорке, администрируемой Национальным советом евразийских и восточноевропейских исследований (NCEEER) (Вашингтон, США). Точка зрения, отраженная в данной статье, принадлежит ее автору и может не совпадать с точкой зрения Корпорации Карнеги и Национального совета евразийских и восточноевропейских исследований.

(«позитивно маркированном») общении, осуществляемом при обязательном соблюдении принятых в социуме норм, и б) стратегии, способствующие реализации такого общения.

Основным материалом для исследования послужили эмпирические данные, полученные из анкет, которые были заполнены представителями русской и американской молодежных субкультур. Анкетирование американских респондентов проводилось во время стажировки в США в 2008 г. (штат Техас, г. Даллас). Было проанкетировано 100 американских студентов и 100 русских студентов в возрасте от 18 до 23 лет. Среди американских студентов – 96% с американским английским как родным языком, из них 29% – из г. Даллас (штат Техас), 15% – из других городов штата Техас, остальные студенты – из других штатов. От общего числа проанкетированных американских студентов 85% – студенты женского пола и 15% – мужского пола. Среди русских студентов также 96% составили студенты с русским языком как родным, из их числа 78% – студенты из Томска, остальные – из других городов России. В анкетировании приняли участие 94% русскоязычных студентов женского пола и 6% студентов мужского пола.

Используя принцип Р. Ликерта [19], успешно применяемый для составления анкет при проведении исследований в области общественных наук, мы составили шкалу, включающую пять параметров согласно отрезкам континуума речевого поведения, который был предложен Р. Дж. Уоттсом [18]. Континуум речевого поведения включает: 1) речевое поведение, осуществляемое в пределах принятых норм, 2) речевое поведение вне норм – а) грубое и очень грубое («негативно маркированное») или б) вежливое и очень вежливое («позитивно маркированное»). В русской анкете шкала включает такие параметры, как *очень вежливо – до некоторой степени вежливо – не очень вежливо – невежливо – ни вежливо ни грубо*, в английской анкете шкала соответственно включает такие параметры, как *very polite – somewhat polite – not very polite – not polite at all – neither polite nor impolite*. Нормальному поведению (т. е. поведению в соответствии с принятыми нормами) в русской и английской анкетах соответствуют параметры *ни вежливо ни грубо* и *neither polite nor impolite*. Негативно маркированному поведению соответствуют параметры *не очень вежливо, невежливо* (в русских анкетах) и *not very polite, not polite at all* (в английских анкетах). Позитивно маркированному поведению соответствуют параметры *очень вежливо, до некоторой степени вежливо* (в русских анкетах) и *very polite, somewhat polite* (в английских анкетах).

Ситуации составлены таким образом, что они отличаются по одному из социопрагматических фак-

торов: возраст коммуникантов, социальные статусы интерактантов и отношения между ними. К каждой ситуации были предъявлены наиболее типичные ответы. Субъекта, который обращается за советом, мы условно назвали говорящим, а субъекта, который дает совет, – адресатом. По тематике мы ограничились наиболее типичными ситуациями реактивного совета, а именно ситуациями, в которых поводами для совета выступили покупки/подарки и отдых/свободное время.

Анализ русскоязычных анкет показал, что в ситуации, где поводом для совета являются покупки/подарки, предложенные три типичных варианта реактивного совета: 1) ассертив в сослагательном наклонении: *На Вашем (твоем) месте я бы купил(а) джинсы или популярный музыкальный диск*; 2) интеррогатив в сослагательном наклонении: *Почему бы Вам (тебе) не подарить плеер?*; 3) императив: *Купи(те) часы!* – русские респонденты расценили следующим образом. Когда статусы интерактантов одинаковы и интерактанты не знакомы (вне зависимости от возрастных характеристик), как «очень вежливый» совет русские студенты оценивают ассертив в сослагательном наклонении с *Вашем*. Императив считают «не очень вежливым» советом 11% респондентов (когда говорящий старше слушающего) и 13% респондентов (когда говорящий младше слушающего). Если интерактанты незнакомы, интеррогатив с *Вам* и императив с *Купите* оцениваются русскими респондентами как более вежливые советы, нежели ассертив в сослагательном наклонении с *твоим*, интеррогатив с *тебе* и императив с *Купи*, и когда говорящий старше адресата, и когда говорящий младше адресата.

В ситуации, где поводом для совета выступили отдых/свободное время, русскоязычным респондентам было предложено три типичных варианта реактивного совета: 1) эксплицитный перформатив с перформативным глаголом *советовать* в индикативе и мотивирующий экспрессив: *Я советую Вам (тебе) поехать на Алтай! Это прекрасное место для отдыха!*; 2) эксплицитный перформатив с перформативным глаголом *посоветовать* в сослагательном наклонении: *Я посоветовал(а) бы Вам (тебе) провести отпуск на Черном море*; 3) ассертив в индикативе, содержащий *лучше*: *Думаю, лучше всего отдохнуть за границей!* Результаты анкетирования демонстрируют, что как в ситуациях, когда говорящий старше адресата, так и в ситуациях, когда говорящий и адресат одного возраста, более 40% русских респондентов отмечают как «очень вежливый» совет эксплицитный перформатив в индикативе с *Вам*. Когда: а) статус говорящего выше статуса адресата, когда б) интерактанты незнакомы или между ними официальные, но близкие и доверительные отношения и в) говорящий старше

адресата либо одного с ним возраста, перформатив в индикативе и сослагательном наклонении с *тебе* не употребляются. Как «очень вежливый» вариант реактивного совета от 24 до 74 % русских студентов отмечают перформатив в индикативе с *Вам*. Ассертив с *лучше* расценивается как «не очень вежливый» и «невежливый» реактивный совет (в ситуации, когда интерактанты незнакомы и говорящий старше адресата) около 30 % русских респондентов.

В третьей ситуации (на тему отдых/свободное время) русским студентам было предложено также три варианта: 1) императив: *Закажи(те) какой-нибудь коктейль!*; 2) ассертив в сослагательном наклонении: *Вам (тебе) надо бы попробовать их фирменный кофе!*; 3) интеррогатив: *Как насчет ананасового сока?* При симметричном и асимметричном соотношении статусов интерактантов (т. е. когда интерактанты имеют одинаковые или разные статусы), при наличии неофициальных отношений между ними и при любом соотношении их возрастных характеристик интеррогатив расценивается как «очень вежливый» реактивный совет более 50 % русскоязычных студентов и как «до некоторой степени вежливый» реактивный совет более 30 % русских студентов. Императив с *Закажи* рассматривает как «не очень вежливый» реактивный совет более 20 % респондентов и как «невежливый» совет – более 10 % респондентов. Когда же интерактанты равны по статусу и находятся в неофициальных отношениях, более 30 % русских студентов оценивают ассертив с *тебе* и императив с *Закажи* как «очень вежливые» и «до некоторой степени вежливые» советы.

В американских анкетах в ситуации на тему покупки/подарки респондентам было предложено три типичных варианта реактивного совета: 1) ассертив с модальным глаголом *could*: *You could buy a present in a big store!*; 2) ассертив с модальным глаголом *can*: *You can buy Levis jeans or Sting CD!*; 3) ассертив в сослагательном наклонении: *If I were you, I'd buy a pair of Levis jeans or Sting CD.*

По утверждению Е. И. Беляевой, *could* смягчает намерение говорящего, особенно при обращении младшего к старшему или при официальных отношениях [20, с. 81], а гипотетические формы типа *If I were you, I'd...* смягчают категоричность совета, что способствует реализации принципа вежливости [20, с. 127–128]. Результаты исследования подтверждают это. При равенстве статусов говорящего и адресата как «не очень вежливые» и «невежливые» советы (по мере убывания частотности) ассертив с *could*, ассертив в сослагательном наклонении и ассертив с *can* расцениваются соответственно от 18 до 5%, от 10 до 0% и от 7 до 0% американских респондентов. Указание Е. И. Беляевой

на то, что гипотетические формы типа *If I were you, I'd...* смягчают категоричность совета, подтверждаются такие результаты данного исследования, как то, что, когда социальные статусы говорящего и адресата равны (вне зависимости от их возрастных характеристик и отношений между интерактантами), американские студенты считают реактивные советы в форме ассертива в сослагательном наклонении более вежливыми, чем советы в форме ассертива с *can* и ассертива с *could*.

Следует также отметить, что имеются результаты, противоречащие утверждениям Е. И. Беляевой. Например, если интерактанты незнакомы, говорящий старше адресата, ассертив в сослагательном наклонении и ассертив с *can* расцениваются более 80 % русских студентов как более вежливые советы, нежели ассертив с *could*.

Во второй ситуации на тему отдых/свободное время американским респондентам было предложено два варианта: 1) ассертив с модальным глаголом *might* и мотивирующий ассертив: *You might try San Francisco! This is the best place to spend a holiday!* и 2) ассертив с модальным глаголом *may*: *You may spend your holiday in Hawaii.* Е. И. Беляева пишет о том, что высказывания с *might* более вежливые, нежели высказывания с *may*, и предпочитают англоязычными коммуникантами, когда говорящий старше адресата и между интерактантами официальные или неофициальные, нерегулярные и недоверительные отношения [20]. Высказывания же с *may* используются, по мнению Е. И. Беляевой, при официальных, но доверительных отношениях между коммуникантами [20]. Данное утверждение подтверждается результатами данного исследования, в том числе в отношении коммуникативных ситуаций, при которых говорящий старше адресата и между интерактантами официальные или неофициальные, причем нерегулярные и недоверительные отношения. Американские студенты оценили ассертив с *might* как «очень вежливый» совет (более 65 % респондентов), а ассертив с *may* – как «до некоторой степени вежливый» совет (42 %), как «не очень вежливый» совет (14 %) и как совет, который не является «ни вежливым ни грубым» (8 %). Во всех ситуациях, когда а) статусы интерактантов равны или статус говорящего выше статуса адресата, б) когда говорящий старше адресата или когда они одного возраста, в) когда между коммуникантами официальные, но доверительные отношения, или в ситуации, когда коммуниканты незнакомы, только около 2 % американских респондентов оценивают ассертив с *might* как «невежливый» реактивный совет.

В третьей ситуации на тему отдых/свободное время американским респондентам было также предложено два варианта реализации реактивного

совета: 1) эксплицитный перформатив ассертивного типа с глаголом *should*: *You should try Margaritas!* и 2) имплицитный перформатив ассертивного типа с глаголом *need*: *You need to take Coca-Cola!*

Согласно исследованиям Е. И. Беляевой, высказывания с *should* являются более вежливыми, нежели высказывания с *need*, причем последние употребляются в ситуациях, когда статус говорящего ниже статуса адресата и между коммуникантами официальные отношения, причем чаще, если это доверительные отношения [20]. Анализ анкет подтверждает это. При неофициальных отношениях между коммуникантами, когда социальные статусы говорящего и адресата равны и они одного возраста, перформатив с *should* расценивает как «очень вежливая» форма выражения реактивного совета около 50% респондентов, а как «до некоторой степени вежливый» совет около 45% американских студентов. Ассертив с *need* считает «не очень вежливым» и «невежливым» советом около 30% респондентов.

Тем не менее также следует заметить, что утверждение Е. И. Беляевой об употреблении ассертива с *need* исключительно в ситуации, когда статус говорящего ниже статуса адресата, не подтверждается результатами данного исследования. Американцы допускают использование высказываний с *need* и в ситуациях, когда социальные статусы говорящего и адресата равны, и в ситуации, при которой социальный статус говорящего выше статуса адресата, хотя высказывания с *need* расцениваются как «не очень вежливые» и «невежливые» варианты реактивного совета.

Таким образом, в русской лингвосоциокультуре (если коммуниканты не знакомы) как более вежливые средства выражения совета по сравнению с

императивом расцениваются ассертив в сослагательном наклонении и интеррогатив. При официальных отношениях между интерактантами эксплицитный перформатив в индикативе считается более вежливым, нежели ассертив. Эксплицитный перформатив в индикативе и сослагательном наклонении рассматривается представителями русской лингвосоциокультуры как более вежливый реактивный совет по сравнению с другими средствами выражения совета в ситуациях, когда говорящий старше адресата по возрасту и когда говорящий и адресат одного возраста. При неофициальных отношениях между интерактантами русские студенты оценивают как наиболее вежливые варианты реактивного совета интеррогатив, ассертив и императив. В отношении американской культуры следует отметить, что при нулевых или официальных отношениях между интерактантами наиболее вежливыми реактивными советами считаются ассертив с модальным глаголом *could* и ассертив с модальным глаголом *might*. Ассертивы с модальными глаголами *may* и *might* не расцениваются американцами как невежливые формы выражения реактивного совета. При неофициальных отношениях между коммуникантами и наличии между ними официальных, доверительных отношений как самый вежливый реактивный совет расценивается ассертив в сослагательном наклонении, а при наличии официальных отношений низкой близости – ассертив с модальным глаголом *can*. Кроме того, как при симметричном, так и при асимметричном соотношении статусов коммуникантов перформатив с модальным глаголом *should* предпочитается как более вежливый реактивный совет англоязычными анкетированными перформативу с модальным глаголом *need*.

Список литературы

1. Земская Е. А. Категория вежливости: общие вопросы – национально-культурная специфика русского языка // *Zeitschrift für Slawische Philologie*. 1997. Т. 56 (2). С. 271–301.
2. Кобенко Ю. В. Стандартный американско-британский английский как язык современной глобализации // *Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin)*. 2011. Вып. 9. С. 20–23.
3. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 375 с.
4. Кронгауз М. А. Русский речевой этикет // *Russian Linguistics*. 2004. № 28. С. 271–301.
5. Ларина Т. В. Сопоставление способов реализации реквестивных интенций в английском и русском языках (культурологический аспект) // *Вопросы исследования и преподавания иностранных языков: межвуз. тематич. сб. науч. тр.* Омск: Омск. гос. ун-т, 2001. Вып. 3. С. 60–68.
6. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. М.: КомКнига, 2006. 160 с.
7. Rathmayr R. Sprachliche Höflichkeit. Am Beispiel expliziter und impliziter Höflichkeit im Russischen // *Slawistische Linguistik*. München, 1996. S. 362–391.
8. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2003. 380 с.
9. Карасик В. И. Язык социального статуса. М., 1992. 330 с. URL: <http://philologos.narod.ru/texts/karasik/status12.htm>
10. Searle J. R. Introductory essay: notes on conversation // *Contemporary Issues in Language and Discourse Processes* / ed. by D. J. Ellis, W. A. Donohue. Hillsdale, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers, 1986. 285 p.
11. Watts R. J. Politeness. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 304 p.

12. Leech G. N. Explorations in Semantics and Pragmatics. Amsterdam: Benjamins, 1980. 133 p.
13. Arndt H., Janney R. W. Politeness revisited: cross-modal supportive strategies // *International Review of Applied Linguistics*. 1985. Vol. 23 (4). P. 291–300.
14. *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies* / eds. by Sh. Blum-Kulka, J. House, G. Kasper. New Jersey: Ablex, 1989. 300 p.
15. Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации (на материале английской и русской коммуникативных культур): дис. ... д-ра филол. наук. М.: РГБ, 2005. 495 с.
16. Шамьенова Г. Р. Принцип вежливости как особая коммуникативно-прагматическая категория в русском речевом общении: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов: Саратовский гос. ун-т, 2000. 22 с.
17. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1978. 345 p.
18. Watts R. J. Linguistic politeness research: quo vadis? // *Politeness in Language: Studies in Its History, Theory and Practice* / ed. by R. J. Watts, S. Ide, K. Ehlich. Berlin; N. Y.: Mouton de Gruyter, 2005. P. 43–52.
19. Likert R. *New Ways of Managing Conflict*. N. Y.: McGraw Hill Inc., 1976. 279 p.
20. Беляева Е. И. Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 1992. 168 с.

Петрова Е. Б., ст. преподаватель.

Томский государственный педагогический университет.

Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.

E-mail: PetrovaEB@yandex.ru

Материал поступил в редакцию 20.01.2012.

E. B. Petrova

PECULIARITIES OF THE PRAGMATIC CATEGORY OF POLITENESS IMPLEMENTED IN PRE-SEQUENCED ADVICE (DATA OF RUSSIAN AND AMERICAN SOCIO-CULTURES)

The article deals with the peculiarities of implementing politeness as a pragmatic category in pre-sequenced advice, depending on the age of communicators, their social status and relationships between them. The results of investigating Russian and American socio-cultures show that in Russian socio-culture explicit performatives are the most polite if there are official relationships between interlocutors; interrogatives and assertives are the most polite if there are unofficial relationships between interlocutors. In American socio-culture when there are null and official relationships between interlocutors, assertives with the modal verbs could and might are the most polite, and when there are unofficial relationships between interlocutors assertives in the subjunctive mood are the most polite.

Key words: *contrastive pragmatics, politeness, directive speech acts, pre-sequenced advice, socio-pragmatic factors.*

Tomsk State Pedagogical University.

Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.

E-mail: PetrovaEB@yandex.ru