

О СТЕРЕОТИПНОМ РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ

Интерес к проблеме стереотипного речевого поведения в современной лингвистике проявляется в интерпретации норм коммуникативного поведения или поведенческих моделей конвенционального поведения в контексте культуры. Этот интерес вызван не только стремлением лингвистов исследовать социально уместное поведение коммуникантов, но и показать, как культура транслируется в стиль поведения говорящего, его/ее манеру общения, в такие аспекты поведенческой компетенции, как вежливость, уважение или социально приемлемое поведение, – в стереотипное поведение.

Аспекты описания речевого поведения (в контексте культуры, целевой установки интеракции или как поведенческие тенденции) можно найти в различных направлениях лингвистических исследований: в рамках этнографии коммуникации (Hymes 1974; Bonvillain 1997), теории разговорных ограничений (Kellerman, Park 2001), теории интерпретации (Грайс 1985; Sperber, Wilson 1986; Leech 1983). Во всех культурах существуют правила для успешного взаимодействия участников в разговоре, которые предписывают типы поведения, которым они обязаны следовать или которые могут быть приемлемы и которым нельзя следовать в данных контекстах. Этнографический подход позволяет анализировать речевое поведение в самом широком культурном и социальном контексте для того, чтобы выявить культурно релевантные черты вариантов. Этнография коммуникации включает описание всех эксплицитных и имплицитных норм коммуникации, выделяя аспекты вербальных, невербальных и социальных параметров взаимодействия. Таким образом, подчеркивая культурную специфику правил коммуникации и определяющие аспекты взаимодействия (обстановка, участники, темы, цели), этнографический подход фактически описывает культурные модели социально приемлемого поведения, которые являются общими для всех членов данного общества.

Поскольку все люди действуют в соответствии с ожиданиями их общества, их поведение можно назвать стереотипным речевым поведением. Интерес к проблеме стереотипного речевого поведения в современной лингвистике проявляется в интерпретации норм коммуникативного поведения (Стернин 1996) или поведенческих моделей конвенционального поведения (Токарева 1999) в контексте культуры, выявлении воздействия статусных ролей говорящих на речь (Антинескул, Двинянинова 1998), анализе взаимодействия национально-культурных стереотипов речевого общения в межкультурном аспекте (Прохоров 1999). Этот интерес вызван не только стремлением лингвистов исследовать социально уместное поведение коммуникантов, но и показать, как культура транслируется в стиль поведения говорящего, его/ее манеру общения, в такие

аспекты поведенческой компетенции, как вежливость, уважение или социально приемлемое поведение, т. е. в стереотипное поведение.

В рамках теории разговорных ограничений (ТРО), разрабатывающей вопросы приемлемости тактик ведения разговора, стереотипное речевое поведение можно описать как результат действия таких ограничений, влияющих на выбор тактики при достижении целей в разговоре, как социальная уместность и эффективность. ТРО определяет социальную уместность как имеющую значение для поведенческой вежливости. «При достижении цели социально уместной тактикой является вежливое, обходительное и почтительное поведение; социально неуместной тактикой (действиями) является невежливое, неучтивое и грубое поведение» (Kellerman, Park 2001: 4). ТРО определяет эффективность как имеющую значение для поведенческой целесообразности. При достижении цели эффективная тактика – это прямые, непосредственные действия, по существу, когда участник взаимодействия не теряет времени, энергии, усилий или шагов; неэффективная тактика – это окольные, косвенные, многословные, требующие много времени, энергии и усилий действия. Социальная уместность и эффективность – это соображения (т. е. ограничения), лежащие в основе тактического выбора для достижения цели.

Нормы поведения как социально уместного и эффективного для достижения целей формулируются в теории интерпретации, в частности в работах Г.П. Грайса, Дж. Лича, Д. Спербер и Д. Уилсон. Работа Грайса посвящена исследованию способов, посредством которых собеседники могут выводить согласованные значения из языка, который часто является косвенным. Отличительная особенность максим, сформулированных Грайсом, состоит в том, что они помогли описать виды дифференциальных процессов, которые обычно происходят в течение разговорного взаимодействия. Более того, они настолько формализовали эти процессы, что соотносят их совершенно особым образом с лингвистическим поведением.

Максимы Г.П. Грайса и Дж. Лича можно рассматривать как серию социально-психологических

ограничений (Thomas 1995: 167) или фильгров, влияющих в большей или меньшей степени на выбор, сделанный в рамках прагматических параметров. В этой перспективе прагматические принципы, регулирующие речевое взаимодействие, можно рассматривать как набор поведенческих тенденций, определяющих речевое поведение в рамках британской культуры. Одна такая тенденция – это понятие релевантности и принцип кооперации или рациональности. Мы можем проследить ее в максимах Грайса и в принципе релевантности Спербера и Уилсона. Максимумы Грайса, точно определяющие лингвистическое поведение на уровне использования языка, опираются на рациональный, здравый разум, и поэтому автор предполагает, что их (т. е. максимумы) соблюдают в любом человеческом обществе. Эти принципы тонко описывают такие закономерности в обычном совместном разговоре, как использование кратких, последовательных, релевантных и информативных высказываний. Р. Келлер предлагает отказаться от принципа кооперации и заменить его другим принципом – принципом рациональности. Принцип рациональности в общих словах можно объяснить следующим образом: рассматривай вклады в разговор твоих партнеров по разговору как рациональные действия (Keller 1995: 11). Рационально действовать – это выбрать для достижения своей цели из субъективно данных альтернатив и применить то действие, которое приносит наивысшую субъективно ожидаемую чистую пользу. Сам Грайс отмечает, что сотрудничать выгодно. Во многих, а возможно, в большинстве случаев кооперировать более целесообразно (Грайс 1985). Рационально действовать соответственно означает оптимизировать соотношение «средства – цель». Единственное измерение, в котором оно может быть оптимизировано, это экономия соотношения «средства – цель».

Связь между принципом рациональности и максимами можно определить следующим образом: принцип рациональности касается выбора средств реализации данной цели; максимумы относятся к идентификации цели. Таким образом, краткость, релевантность при изложении мыслей, максимально эффективный обмен информацией как цель интеракции – эти нормы ведения разговора можно определить как культурные стереотипы речевого поведения носителей английского языка, обусловленные рационализмом, прагматизмом их ментальности.

Другая поведенческая тенденция определяется принципом вежливости, предложенным Дж. Личем (Leech 1983). Этот принцип может до определенной степени объяснить порождение импликатур вежливости, как и принцип рациональности – импликатур рациональности. Вежливость, прежде всего, вопрос

того, что говорят, а не вопрос того, что думают или чему верят. Достоинство ее в том, что она придает значение *выражению*. Если перефразировать принцип вежливости Дж. Лича («Своди до минимума выражение невежливых мнений»), то он будет звучать следующим образом: «Выбирайте выражения, которые минимально принижают статус слушающего» (Cruse 2000: 362). Цель вежливости – это сохранение гармоничных и ровных социальных отношений вопреки необходимости передать умаляющие достоинство собеседника сообщения.

Часто исследователи противопоставляют принцип кооперации принципу вежливости. Так, например, Р.Т. Лакофф указывает, что ясность и рациональность – это необходимые атрибуты коммуникации, но они менее важны, чем поддержание ровных личностных взаимоотношений участников разговора посредством вежливости. И если прямую и логическую коммуникацию часто приносят в жертву последней, то в результате возникает разговорная импликатура (далее – РИ) вежливости, даже ценой потери некоторой ясности (Lakoff 1995: 5). Однако использование РИ рациональности и вежливости чаще всего определяется ожиданиями дискурсивных жанров. Соблюдение максим рациональности необходимо в юридическом дискурсе, в неформальном общении (между близкими друзьями), научном стиле, газетных сообщениях. В таких дискурсивных жанрах, как психотерапевтический дискурс, поэзия, серьезная проза, имеет место нарушение некоторых из максим рациональности. Некоторые жанры прозы предполагают особые ожидания нарушения максим. Например, детективные романы часто используют утаивание или искажение необходимой информации (нарушение максим количества и качества), которые «работают», поскольку искушенный читатель этого жанра ожидает это нарушение и интерпретирует его (Ibid.: 6-7). Следует отметить, что использование контекстуальной информации в процессе интерпретации управляется теми же прагматическими принципами, которые необходимы для выведения импликатур.

Другое противопоставление РИ вежливости и рациональности проводится в плане выражения отношений солидарности. Причина для возникновения РИ как формы позитивной вежливости в сущности состоит в следующем: быть косвенным означает передавать сообщение: «У нас достаточно много общего, и мы довольно похожи, так что я знаю, Вы меня поймете». Поэтому такие дискурсивные жанры, в которых недоверие является наиболее сильным (например, в юридическом дискурсе), вызывают наибольшие ожидания строгого со-

блюдения максим рациональности. В неформальном общении также обычный способ передать гнев – это стать необычайно прямым и эксплицитным.

Как и максимы Грайса, максимы Лича представляют собой сформулированные нормы поведения, которым, надо полагать, следуют члены британского общества. В этой перспективе этнографический подход при анализе максим рациональности и вежливости позволяет точно определить межкультурные различия в восприятии рациональности (релевантности) и вежливости. Культуры могут отличаться по той относительной важности, которую они придают отдельным максимам в разных культурах. Например, строгое соблюдение максимы качества, возможно, вообще приводит к потере информативности. В британской культуре соблюдение максимы качества в некоторых ситуациях общения рассматривается как проявление грубости, и «чтобы избежать этого последствия, возможно, более предпочтительным способом является предоставление фиктивной информации для того, чтобы ответ оставался в рамках приличия» (Cruse 2000: 358). Люди используют косвенность, когда их коммуникативные цели не совпадают: например, когда их желание уклониться от выражения собственного мнения, чтобы не обидеть, не задеть чувства кого-либо, противоречит их обязанности сказать правду. Их языковой выбор можно объяснить доказательно либо в рамках теории вежливости, либо как следствие столкновения (конфликта) целей.

Итак, некоторые из социально-психологических ограничений (максим) вежливости, влияющих в большей или меньшей степени на языковой выбор, могут применяться в различной степени универсально в разных культурах (принцип вежливости). Так, например, в британской культуре принцип релевантности (Sperber, Wilson 1986) и максима такта (принцип вежливости) являются полностью культурно обусловленными. Максима такта, которой придается большое значение в британской культуре, обуславливает большую важность негативной вежливости по отношению к собеседнику (Leech 1983). Негативная вежливость смягчает эффект принижающих достоинство собеседника выражений, например: *You couldn't possibly give me a hand with this piano, could you?* В британской культуре члены сообщества, как социальные идентичности, «более заинтересованы в негативной вежливости, т. к. нарушение социальной гармонии более вероятно имеет место в результате высказывания принижающих достоинство собеседника мыслей» (Cruse 2000: 362). Позитивная вежливость, в свою очередь, подчеркивает позитивный статус собеседника, например: *Thank you, that was*

extremely helpful. Вообще говоря, вежливость, ориентированная на собеседника, имеет следствием принижение своего положения, т. к. любое восхваление предполагает относительное принижение статуса говорящего. Таким образом, преобладание в речи носителей английского языка речевых стереотипов (формул вежливости), имплицатур рациональности (релевантности) и вежливости (например, эвфемизмов), а также применение ими стратегий вежливости в разговоре – в целом можно охарактеризовать как стиль поведения, а именно как культурные стереотипы речевого поведения.

Ожидания участников взаимодействия, формируемые их знанием об обязанностях и правах членов общества в соответствии с их статусом и ролью, определяют модели социального взаимодействия. Эти ожидания, по-видимому, важны и в интерпретации взаимодействия. Мы соотносим вербальное поведение участников с неким идеальным понятием о том, что является уместным для данного статусного лица в конкретной ситуации взаимодействия, т. е. с социальными и ролевыми стереотипами речевого поведения. Теоретической основой для описания социальных и ролевых стереотипов речевого поведения являются теория идентичности и теория социальной идентичности. Как коллективные идентичности, ролевые и социальные идентичности противопоставлены личностным идентичностям, где личность определяется в терминах уникальных и своеобразных характеристик (Terry, Hogg, White 1999: 230). Представление о ролевых идентичностях составляется нами как об идентичностях или гранях «моего я» ('me's') на личностном уровне, так как они отражают определение личности как человека, который выполняет определенную социальную роль. В то время как идентичности на групповом уровне осмысляются как грани «нас» ('we's'), ибо они отражают идентификации личности с социальной группой или категорией.

А следовательно, ограничения, действующие при ведении разговора, это ограничения, действующие при вступлении в социальные взаимоотношения. Ограничения, влияющие на социальные взаимоотношения, это ограничения власти, статуса и тесных дружеских отношений. Поэтому при определении статуса необходимо признавать только самые широкие различия, такие, как высокий vs. низкий или высшие vs. средние vs. низшие для того, чтобы определить значительные соотношения между фоном социального класса и языком (Crystal 1987: 38). Статус предполагает социальную стратификацию по вертикальной шкале, определяемую властными или социоэкономическими отношениями. Как отмечает Дж. Дайэмонд: «...власть

– это не просто способность добиться от кого-либо или заставить кого-либо делать что-либо против их воли, а скорее, это способность интерпретировать события и реальность и заставить других принять эту интерпретацию. ...Влиятельный член общности – это не тот, кто «играет в игру и побеждает», а тот, кто устанавливает правила игры» (Diamond 1996: 13).

«Статус» – это положение (более высокое или более низкое), которое лицо занимает в социальной структуре общности – такой, как священник, служащий, жена, муж. «Роли» – это конвенциональные модели поведения, которые общество ожидает от лица, занимающего определенное положение в обществе. Один и тот же человек, как правило, выполняет различные роли, вступая в различные ситуации общения. Каждое положение влечет за собой определенные языковые условности, такие, как характерный способ обращения, «официальная» манера общения и специализированный словарный запас (Crystal 1987: 41). Переключение кода (субкодов) в этой перспективе представляет собой лингвистическую стратегию, применяемую билингвами (монолингвами) и отражающую межличностные отношения, – отношения власти и солидарности. «В разных общностях люди используют переключение кода для разных целей, связанных с аспектами власти и солидарности. Одна такая цель состоит в том, чтобы установить исключительность социальной идентичности. Языковой выбор используется в межличностных отношениях для того, чтобы передать социальное значение и установить социальные взаимоотношения» (Eastman 1995: 14-15). Установочные оценки, проявляющиеся в ре-

акциях людей в процессе речевого общения, определяют их стереотипное речевое поведение – социальные (или социоэкономические) и ролевые (гендерные, возрастные, профессиональные) стереотипы речевого поведения.

Итак, можно выделить различные стереотипы речевого поведения: культурные, социальные и ролевые. Стереотипное речевое поведение рассматривается как культурно обусловленное и как социально уместное чаще всего в формальной обстановке, поскольку то, как мы воспринимаем речь, – наши непосредственные речевые реакции – не проявляется в коммуникации и доступно только сознанию. Коммуникация может опираться на восприятие речи, и это наиболее очевидно в неформальном общении, в определенном смысле восприятие речи может быть условием для коммуникации. В формальной обстановке восприятие речи должно быть «защищено» от коммуникации определенными правилами ведения разговора, так что можно предположить, что собеседники не достигнут согласия в случае нарушения этих правил. В речевом общении взаимное восприятие партнеров «защищено» тактом: внешний вид или личные привычки партнера, возможно, не обсуждаются. Это табу может быть отменено в особых условиях: в неформальном общении или при нанесении оскорблений. В формальном же общении по оценочным или стереотипным реакциям собеседника мы делаем выводы об аспекте его идентичности в категориях стереотипной группы. И наоборот, мы ведем себя в соответствии с ожиданиями других, стараясь соответствовать стереотипам поведения определенной социальной и культурной идентичности.

Список использованной литературы:

- Hymes, D. Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1974.
 Bonvillain, N. Language, Culture, and Communication: The meaning of messages / Ed. In Chief: N. Roberts. – 2nd ed. – New Jersey: Prentice Hall, 1997.
 Kellerman, K., Park, H. Situational Urgency and Conversational Retreat: when politeness and efficiency matter // Communication Research, vol. 28, 1, 2001, p. 3-47.
 Грэйс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике/ Общ. ред. Е.В. Падучевой. Вып. 16. М.: Прогресс, 1985, с. 217-237.
 Sperber, D. Wilson, D. Relevance: Communication and Cognition. Oxford: Blackwell, 1986.
 Leech, G. Principles of Pragmatics. London: Longman Ltd., 1983.
 Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. Сб. ст. / Отв. Ред. Н.В. Уфимцева. М.: ИЯ РАН, 1996, с. 97-112.
 Токарева Н.И. Этнокультурные стереотипы коммуникативного поведения. Автореф. дисс. докт. филол. наук, Минск, 1999.
 Антинескул О.Л., Двинянинова Г.С. Статусные роли говорящих и их речь (на мат-ле англ. языка): уч. пос. по спецкурсу. – Пермь, 1998.
 Прохоров Ю.Е. Национально-культурные стереотипы речевого общения в диалоге культур // Русский язык в контексте культуры/ Под ред. Н.А. Купиной. Екатеринбург: Издательство Уральского ун-та, 1999, с. 8-20.
 Thomas J. Meaning in Interaction: an introduction to pragmatics. – London and New York: Longman Group Ltd., 1995.
 Keller R. Rationalität, Relevanz und Kooperation // Implikaturen: grammatische und pragmatische Analysen / hrsg. von F. Liedtke. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1995, S.5 –18.
 Cruse D.A. Meaning in Language. An Introduction to Semantics and Pragmatics. – Oxford: Oxford University Press, 2000.
 Lakoff R.T. Conversational Implicature // Handbook of Pragmatics/ed. by J. Verschueren, J. Ostman, J. Blommaert. – Amsterdam/ Philadelphia: J. Benjamins Publishing Company, 1995.
 Terry, D., Hogg, M., White, K. The Theory of planned behaviour: Self-identity, social identity and group norms // British Journal of Social Psychology, 1999, vol. 38, 225-244.
 Crystal, D. The Cambridge Encyclopedia of language. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 472 p.
 Diamond, J. Status and Power in Verbal Interaction: study of discourse in a close-knit social network. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1996. – 180 p.
 Eastman 1995 C. Codeswitching // Handbook of Pragmatics /ed. by J. Verschueren, J. Ostman, J. Blommaert. – Amsterdam/Philadelphia: J. Benjamins Publishing Company, 1995, p.1-23.