

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЙ ВЕЖЛИВОСТИ В ОБЩЕНИИ «УНИВЕРСИТЕТ – СТУДЕНТ»

Шовкатов Ш., Грашин С.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Албут А.А. – ст. преподаватель

Анализировалось общение «университет – студент» на материале объявлений на информационных стендах, публичных сообщений в официальных интернет-средствах связи. Изучались способы выражения сказуемого и обозначения адресата в высказывании. Применялись теоретические положения лингвистической прагматики (средства создания комфорта речевого общения, принцип кооперации Г.П. Грайса, принцип вежливости Дж. Лича, теория вежливости П. Браун и С. Левинсона) для интерпретации и оценки полученных данных.

Речь – чрезвычайно важная составляющая «социального лица». Любому человеку важно, как он будет воспринят, как будет понят. Информативный компонент сообщения зачастую воспринять несложно, но в любом общении всегда присутствует и фатическая (эмоциональная) составляющая, чрезвычайно важная для коммуникативного успеха. Реализация фатической функции речи связана с созданием *комфорта речевого общения* – «выбор и употребление языковых средств, организующих коммуникацию наилучшим образом, обеспечивающих эффективность общения, полное взаимопонимание между коммуникантами и создающих общий для адресанта и адресата эмоциональный фон доброжелательности, уважения, взаимного расположения» [1, с. 97].

Эффективность общения становилась объектом изучения в лингвистике. Известен коммуникативный кодекс – система принципов построения диалога, основанная на принципе кооперации Г.П. Грайса и принципе вежливости Дж. Лича. Что предписывают данные принципы?

Принцип кооперации Г. Грайса предполагает понимание диалога как совместной деятельности участников, каждый из которых вносит свой вклад в построение коммуникации, признавая общую цель диалога: «Делай свой вклад в разговор таким, какого требует данный момент именно в той ситуации, когда идет разговор, с той целью и в том направлении, куда идет разговор, в который ты вовлечён». Принцип кооперации конкретизируют 4 максимы: максима качества информации (*Не говори того, что считаешь ложным; Не говори того, в чем сомневаешься, для доказательства чего нет исчерпывающих аргументов*); максима количества информации (*Изложи не меньше информации, чем требуется; Изложи не больше информации, чем требуется*); максима релевантности (*Не отходи от темы*); максима ясности (*Будь последовательным; Избегай неясности; Избегай двусмысленности; Будь краток; Будь систематичен*) [2].

Поговорим непосредственно о категории вежливости, попавшей под лингвопрагматическое осмысление [3]. Принцип вежливости Дж. Лича выражает взаимное отношение собеседников друг к другу, основанное на этических нормах. Принцип вежливости уточняют следующие максимы: максима такта (соблюдение границ частных речевых интересов); максима великодушия (соблюдение позиций равенства в диалоге); максима одобрения (соблюдение позитивного настроения в отношении позиции собеседника); максима скромности (контроль самооценки, её реалистичное представление); максима согласия (направленность на поиск компромисса); максима симпатии (выражение благожелательного отношения к собеседнику и его позиции).

Также большой вклад в становление и развитие теории вежливости сделали П. Браун и С. Левинсон. Основы теории вежливости были заложены в работе учёных «Politeness: some universals on language usage» (к сожалению, перевода на русский язык этой книги нет, хотя теорию активно цитируют в русскоязычных изданиях [4–6]). П. Браун и С. Левинсон рассматривают каждое действие коммуникантов с точки зрения потенциальной угрозы лицу индивида. Согласно взглядам авторов, человек в процессе общения стремится защитить своё лицо, отклоняясь тем самым от ясной и прямой коммуникации. На этой основе выделяются стратегии позитивной (например, проявление интереса, сочувствия) и негативной (например, выражение пессимизма, извинение) вежливости. Более того, при оценке угрожающих лицу актов (*face threatening acts*) учитываются три базовые социокультурные переменные: социальная дистанция между говорящими (*distance*), степень влияния друг на друга (*power*) и иерархия (*ranking*). Таким образом, можно сказать, что вежливость – средство создания речевого комфорта.

Важными в теории вежливости являются понятия *positive face* (личность вовлечена в социальное взаимодействие, тем самым реализует себя, ища одобрения и признания у партнёра по коммуникации) и *negative face* (личность, свободная в действиях, не находящаяся под давлением оценки). Социальное взаимодействие представляется как совместная («кооперативная») деятельность по поддержанию *face* друг друга. Однако неизбежны действия, несущие угрозу «лицу» другого. Некоторые дерективные речевые акты несут угрозу *negative face* другого – через препятствие свободе действий и *positive face* через вероятное задевание самооценки. Таким образом, вежливость – выражаемая языковыми средствами маскировка речевых актов, несущих угрозу любому социальному лицу.

В зависимости от цели адресанта и избранных языков средств выражения угрожающего лицу речевого акта можно выделить четыре стратегии вежливости: позитивная вежливость, негативная вежливость, непосредственная стратегия (Bald on-record) и косвенная стратегия (Off-record). В общении «университет – студент» преобладает непосредственная стратегия (Bald on-record), т.е. без каких-либо смягчений речи. Мы изучали способы выражения директивных речевых актов, анализируя морфологическое выражение сказуемого и способы презентации личности адресата на материале объявлений от кафедр и деканатов, официальной рассылке через мессенджеры и соц.сети (рисунок 1). Чаще всего сказуемое выражено инфинитивом, используются слова *должны*, *необходимо* и под., повелительное наклонение. Для презентации адресата в высказывании употребляется местоимение второго лица множественного числа (либо оно подразумевается глагольной формой) или неразвёрнутое обозначение существительным группы по определённому признаку (*студенты*, *иностранцы* и под.).

Студенты иностранцы очень много пропускают занятий, в том числе и по русскому языку
Данные студенты, должны подойти завтра (04.03) в деканат в 11.20!

Для более объективной оценки знаний студентов посредством прохождения тестов просьба пройти данный опрос, предоставив необходимую информацию.

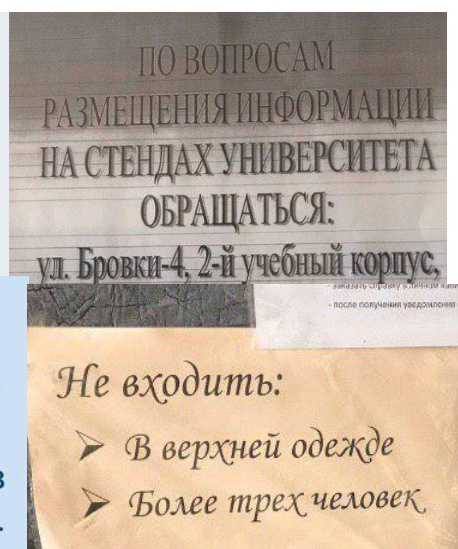


Рисунок 1 – Примеры общения «университет – студент»

По нашему мнению, хорошо, когда люди вежливы всегда и везде (на учёбе, на работе, дома, на улице и т.д). Ведь приятные и добрые слова могут только дополнительно мотивировать делать только добрые дела. Отношение людей между собой не должно меняться в зависимости от национальности, религии и расы. Поиск наилучшего способа выражения мысли, уважения к адресату – важная задача лингвистики.

Список использованных источников:

1. Белунова, Н.И. *Элитарная речевая культура и ее основные особенности (на материале дружеских писем творческой интеллигенции конца XIX – первой четверти XX в.)* / Н.И. Белунова. – СПб : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2009. – 104 с.
2. Грайс, Г.П. *Логика и речевое общение* / Г.П. Грайс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.russian.slavica.org/article2331.html. – Дата доступа : 27.02.2020.
3. Карасик, В.И. *Язык социального статуса* / В.И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.
4. Агапова, С.Г. *Основы межличностной и межкультурной коммуникации* / С.Г. Агапова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 288 с.
5. Викулова, Л.Г. *Основы теории коммуникации : практикум* / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М. : АСТ, 2008. – 316 с.
6. Ключев, Е.В. *Речевая коммуникация* / Е.В. Ключев. – М. : Рипол Классик, 2002. – 320 с.