

УДК 81'373

## МЕЛИОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ КАК МЕХАНИЗМ ВОЗДЕЙСТВИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ СЛОЖНОЙ ЛЕКСИКИ

© 2010 г.

Ю.А. Гаврикова

Нижегородский государственный педагогический университет

y.a\_gavrikova@mail.ru

Поступила в редакцию 13.02.2010

Исследуются мелиоративные стратегии речевой коммуникации как способ гармонизации отношений между коммуникантами. В качестве тактики, реализующей вербальную стратегию «управления дистанцией», способствующей улучшению межличностных отношений и их гармонизации, рассматривается положительный оценочный речевой акт – комплимент. Эмоционально-оценочная сложная лексика является индикатором коммуникативного намерения автора речи выразить положительные эмоции по отношению к объекту оценки.

*Ключевые слова:* коммуникативные стратегии, тактика, эмоционально-оценочные сложные слова, мелиоративная лексика, комплимент, установление контакта, управление дистанцией, улучшение межличностных отношений.

Понятие стратегии, охватывающее всю сферу построения речевой коммуникации и ставящее во главу угла эффективность воздействия, прочно вошло в научный аппарат лингвистики. Активно применяемый в современных исследованиях стратегический подход можно считать особым типом прагматического описания дискурса, содержащим образцы поведения в различных сферах общения (см. [1–4]). Если под коммуникативной стратегией понимается основная задача, генеральная интенция в рамках коммуникативного процесса, то под тактикой – одна из последовательно решаемых задач в границах определённой стратегической линии [5].

В сущности, любая коммуникативная стратегия включает в себя тактики. Если первая реализуется на уровне текста, то, по мнению И.В. Труфановой, речевая тактика имеет одинаковое название с речевым актом и не может иметь другое, потому что она есть речевое действие, но рассматриваемое не изолированно, как речевой акт, а как приём реализации речевой стратегии [5, с. 60]. Для анализа речевой стратегии актуально то, что любая составляющая коммуникативного акта обладает воздействующим потенциалом и может использоваться для решения тактических и стратегических задач. Самая важная характеристика – коммуникативное намерение говорящего – убедить адресата принять авторскую точку зрения, скорректировать модель мира адресата [6, с. 12; 4, с. 109].

Благодаря способности языка эмоционально-оценочной номинации, эмоциональные явления

получают своё языковое обозначение, в частности в эмотивной сложной лексике. С её помощью говорящий характеризует объект коммуникации и одновременно самого себя, поскольку, используя аксиологическую лексику, субъект речи выражает своё отношение к собеседнику, объекту, речевой ситуации и цели высказывания.

Исследуемые в работе сложные слова выступают в качестве индикаторов коммуникативных намерений. Эмоционально-оценочную окраску сложных слов можно рассматривать в аспекте базовой категории речевого воздействия: «удовлетворительно – неудовлетворительно», «добро – зло», «приемлемо – неприемлемо». Таким образом, эмотивность рассматриваемых сложных слов свидетельствует об определённой ценностной ориентации говорящего и воздействует на определённые установки слушающего, что позволяет идентифицировать коммуникативную задачу речевых действий.

*“Begin paying your wife a little attention... Try to be a **sweetheart** to her instead of just a husband.”*[13, p. 65].

Субъект речи искренне пытается помочь своему собеседнику наладить его семейные отношения, возможно, из собственного опыта и мироощущения. Он надеется, что его совет будет услышан и поможет изменить семейную жизнь к лучшему.

Речевая коммуникация является стратегическим процессом, основанным на выборе оптимальных языковых и неязыковых средств.

Выступая в качестве одной из форм взаимодействия людей в процессе их деятельности, коммуникация представляет собой процесс обмена сообщениями, в которых содержатся результаты отражения людьми действительности [7, с. 154]. Взаимопонимание между участниками коммуникации достигается с помощью диалога, который в современном понимании рассматривается как информационное взаимодействие между ними. Диалог может также трактоваться как выбор сторонами совместного курса взаимодействия, что часто приводит к «размыванию культурной идентичности» [8]. Прагматическая установка говорящего реализуется в процессе коммуникации в зависимости от коммуникативной потенции реципиента текста. Интенция отправителя текста, как правило, направлена на достижение оптимального взаимодействия между коммуникантами. Поэтому в большинстве случаев участники речевого дискурса являются творцами и полноправными «соавторами» эффективного процесса речевого общения.

Участники общения руководствуются принципом «сотрудничества» (кооперативности): каждый из партнёров стремится к тому, чтобы быть понятым правильно. Факторы понимания определяют связность высказывания, в частности, связность текста. Связность проявляется в единстве частей текста, которое интерпретируется как решение конкретных стратегических и тактических задач; она выявляется интерпретатором, отдающим предпочтение одним гипотетическим интерпретациям перед другими. Связность входит в интерпретацию текста, а не является его свойством текста как такового, взятого вне интерпретации. Стратегии, которые соотносят цель или направленность речевых действий и вовлечение в эти действия элементов интерпретируемых ситуаций как бы «сшивают» эпизоды дискурса в тематически организованное целое. Их описание входит в прагматическую интерпретацию дискурса, при котором также важна оценка эффективности дискурса и его частей, используемых в рамках тактик реализующих стратегии в конкретных обстоятельствах общения.

В прагмалингвистике можно выделить два основных типа экспрессивных макроинтенций: солидаризация – направленность на сближение, гармонию, согласие и дистанцирование – направленность на конфликт [9, с. 54]. Речь служит средством воздействия на адресата, и мелиоративная и пейоративная эмотивная лексика используется для влияния на эмоциональное

состояние коммуниканта, его поведение и ценностную картину мира.

Когда коммуниканты стремятся к контакту, к поддержке и углублению позитивных межличностных отношений, то совершенно естественен выбор ими мелиоративной эмотивной лексики. Таким образом, адресант выстраивает определённую линию поведения, выбирая эмоционально-оценочную лексику, выражающую одобрение, ласковое отношение, восхищение и другие положительные эмоции, т.е. выбирает мелиоративную стратегию, посредством которой передаётся сознательно запланированное положительное отношение к адресату. Например, в следующем отрывке адресант ласково называет своего младшего брата книжным червём и тем самым выражает искреннее убеждение, что перед ним блестящее будущее благодаря его усердию в учёбе:

*I'm to write you and tell that you have your Whole Life Before You... She doesn't say what she'd like you to get the Ph.D. in, but I assume Maths rather than Greek, you little bookworm. [14, p. 210].*

То, что говорящий стремится подбодрить, поощрить, уговорить собеседника, желает добиться его расположения, внимания, можно рассматривать как общую стратегию. Её возможно подразделить на более частные стратегические планы, которые могут реализовываться в различных речевых актах, в том числе и комплименте. В данном исследовании мелиоративная лексика составила 17% от общего числа сложных эмотивов, взятых из литературных источников (всего рассматривалось 335 лексических единиц).

Иллокутивный концепт «комплимент» находит свое выражение в структуре сложных слов, дающих положительную оценку референту. Являясь семантически ёмкими, экономными языковыми средствами, сложные слова, тем не менее, выражают всё многообразие объективного мира с его сложными связями и отношениями между предметами и явлениями, поэтому их информационная плотность достаточно большая.

Большинство комплиментов в личном дискурсе искренни и дружелюбны, в отличие от комплиментов в институциональном дискурсе, в котором основная интенция адресантов не всегда сводится к реальному улучшению эмоционального состояния адресатов, а может заключаться просто в произнесении фраз, приписанных правилами этикета. Видимо, это является основной причиной того, что в институциональном дискурсе при общении разностатусных

коммуникантов очень трудно, а порой и невозможно отличить искренний и «дежурный» (неискренний) типы комплиментов.

*Does it prove that woman never progresses, or that she sprang from Adam's rib, full-fledged in intellect and wiles? [15, p. 176]*

*She had convinced herself that France was the place where she and Evander could be together. The French were much more open-minded. [16, p. 330].*

Если обратить внимание на основные условия общения адресантов и адресатов комплиментов в личностном дискурсе, то необходимо отметить, что семантическая пресуппозиция данных оценочных суждений должна быть истинна. В самом деле, если комплимент будет направлен на несуществующее качество адресата, то он превратится в лесть, иллюкутивный концепт, также выражаемый при использовании слогных слов положительной оценки.

Важное мотивационное отличие искренних и неискренних комплиментов для английской языковой личности заключается, очевидно, в том, что адресант искренних комплиментов самолично «вызывается» на вербализацию оценки, никто и ничто не принуждает его к подобному действию, а во втором случае оценка конвенциональна, она не всегда является отражением действительного эмоционального состояния адресанта. В момент произнесения дежурного комплимента адресант может испытывать не положительные, а отрицательные эмоции по отношению к адресату, или быть совершенно беспристрастным.

*"He is just what a young man ought to be," said she, "sensible, good-humoured, lively; and I never saw such happy manners! – so much ease, with such perfect good breeding!"*

*"He is also handsome," replied Elizabeth, "which a young man ought likewise to be, if he possibly can. His character is thereby complete." [17, p. 13].*

В представленном примере героиня романа Дж. Остин говорит искренне, несколько не иронизирует и не преувеличивает достоинство объекта оценки, делая комплимент молодому человеку, в отношении которого испытывает симпатию.

Основная цель вежливого поведения, следования предписаниям речевого этикета, находящего свое выражение в использовании сложных эмотивных словах положительной оценки, – «облагораживание» общения, реализация коммуникативных намерений наиболее успешным образом. Интенсивность выражения комплимента определяется не только проявлением

«подобострастия», но и силой эмоционального воздействия ситуации или ожидаемой реакции.

*"What's the point?" he asked. "What did I say?"*

*"Oh, nothing. You're such a bear. You're such a big, determined straightforward boy. But never mind. I like you. That's enough, isn't it?" [18, p. 261].*

*"...That brings me to what I was going to say", continued James; "I don't know what Soames wants with a young man like that; why doesn't he go to a first-rate man?" "Perhaps Mr. Bosinney is first-rate!"*

*"That's it", he said, "you young people, you all stick together; you all think you know best!" [19, p. 97].*

В обеих ситуациях эмоции накладывают глубокий отпечаток на речь адресантов, переполненных любовью к объектам оценки, и их положительное оценочное отношение к ним усиливается, они не могут больше сдерживать свои чувства. Ситуации эмоционально накалены, они складываются неблагоприятным образом для собеседников, поэтому их душевные переживания, возможно, даже кризисное состояние их психики отражаются в данных комплиментах.

Стратегии речевого общения коммуникантов в комплиментах определены их основной функцией. Адресант стремится улучшить эмоциональное состояние адресата, а адресат волен либо принять комплимент, либо отклонить его, либо переадресовать адресату. Основная цель искреннего комплимента – установление контакта и поддержание добрых отношений, а стратегической задачей в данном случае является стремление адресанта вызвать симпатию, расположить к себе. Явно демонстрируя свою интенцию, говорящий желает сказать нечто приятное.

Из рассмотренных в работе 57 сложных мелиоративов только 6 соответствуют намерению польстить адресату или поощрить его, продиктованное соображениями вежливости или желанием поддержать согласие в отношениях с ним, 1 – намерению выразить благодарность адресату за его определенные действия, а 1 – намерению извиниться перед адресатом за действия, которые сам адресант считает неправильными по отношению к собеседнику. Следовательно, 49 лексических единиц составляет мелиоративная лексика, относящаяся не к конкретному собеседнику, а к 3-му лицу, не присутствующему при разговоре. Поэтому нет смысла говорить здесь об улучшении межличностных отношений, сокращении дистанции

между собеседниками. Представляется, что главное намерение адресанта / автора произведения – ввести собеседника / читателя в сложившуюся ситуацию, эмоционально заряжая их, подготавливая к желаемой для адресанта реакции. Этому очень хорошо способствуют эмоционально-оценочные композиты, эмоционально насыщающие ситуацию.

В личностном дискурсе комплименты могут быть произнесены в любом месте, в любое время при общении родственников, близких друзей и других собеседников. Главным условием может считаться наличие некоего объекта оценки, действительно заслуживающего одобрения (восхищения) адресанта. Вполне закономерно, что стратегия адресантов на укрепление отношений с адресатами заставляет их очень часто прибегать к применению эмоционально-оценочных мелиоративов.

*Holly came up from behind, and caught me reading: Miss Holiday Golightly, of the Boston Golightlys, making every day a holiday for the 24-karat Rusty Trawler. [20, p.142].*

Газета не может скрыть своего восхищения миллионером чистой воды (24 карата – высшая проба) Расти Тролером, его деятельностью, выбрав такой сильный аргумент, подтверждающий это. Вполне возможно, что этим комплиментом редактор газеты надеется на установление добрых отношений, отношений сотрудничества с миллионером, который в будущем может пригодиться как источник материальной поддержки.

В речевой интеракции комплимент является тактикой, реализующей вербальную стратегию «управления дистанцией». Он способствует улучшению межличностных отношений, сокращению дистанции между собеседниками, а также предполагает гармонизацию отношений. Представляется, что комплимент можно рассматривать и в качестве самой стратегии, поскольку по своей сути комплимент связан с такими мотивами человеческого поведения, как установление добрых отношений, контакта между собеседниками, стремление расположить к себе и, вообще, добиться лучшего, т.е. типичными мотивами человеческого поведения, которые и определяют коммуникативные стратегии.

Одним из самых значительных и концептуально содержательных представлений о коммуникативной роли комплиментов, на наш взгляд, является теория «сохранения лица», проявляющаяся в желании создать положительный имидж и «сохранить свою территорию». П. Браун и С. Левинсон понимали вежливость

как стратегии и шаги, направленные на предотвращение / смягчение наносимого ущерба «позитивному» / «негативному» лицу собеседника [10, p. 90].

В следующем отрывке наблюдается диалог сотрудничества, в котором адресант ни в коей мере не желает нанести ущерб интересам собеседника, как-то ухудшить его имидж. Он стремится выработать общую с ним позицию. Стимулом диалога для м-ра Ломбарда является установление и поддержка гармоничных отношений с Верой, в лице которой он хочет приобрести союзника в той зловещей обстановке, которая сложилась на острове, и, возможно, в какой-то мере обезопасить себя от грозящей опасности. Но, тем не менее, чувствуется, что говорящий не кривит душой: он даже рад тому, что у него есть союзник – комплимент искренен.

*“You strike me as being one of the sanest and most level-headed girls I’ve come across. I’d stake my reputation on your sanity.”*

*With a slight wry smile, Vera said: “Thank you.” [21, p. 162].*

Судя по реакции собеседницы, она верит в искренность говорящего и ценит его комплимент, скромно благодаря его. Принимая комплимент, адресат сохраняет своё лицо. Но на взгляд некоторых лингвистов, комплимент угрожает потерей лица и его автору, т.к. нарушает «баланс» между собеседниками [11, с. 34]. В том, как разворачивается диалог дальше, это чувствуется, поскольку м-р Ломбард получает от Веры завуалированный комплимент лишь после того, как вынудил её в ответной реплике оценить его положительные качества.

В следующем эпизоде явно наблюдается неискренний комплимент:

*“Ginelle was now a main attraction at Briony’s top house. She had appeared in a couple of Briony’s films and now her notoriety added to her value as a good-time girl... Her lips were a deep orange crescent and her eyes heavily made up, her youth hidden beneath a veneer of sophistication.” [16, p. 145].*

Жинелль, судя по краткому описанию, – девушка лёгкого поведения. Отрицательная коннотация слов *notoriety*, *veneer*, культурные компоненты значения слова *top house* и целого предложения, описывающего её внешность, способствуют усилению эмоционального воздействия всего высказывания на читателя. Поэтому противоположный по смыслу всему высказыванию композит **good-time** сразу привлекает к себе внимание, и читатель чувствует, что буквальный смысл фразы не совпадает с функционально-прагматическим, что требует интер-

претативных усилий с его стороны. Автор явно иронизирует, используя мелиоратив при описании звезды порнофильмов – девушки, с которой можно хорошо провести время определённого круга мужчин, завсегда в публичных домах. Выбранная автором тактика является косвенной тактикой речевого воздействия, поскольку «в понимании высказывания включаются смыслы, не содержащиеся в собственно высказывании» [12, с. 4].

Таким образом, налицо ценностная ориентация словосложения: все, на чем останавливается взор человека, что привлекает его внимание, включается в сферу его жизненных интересов, получает в языке меткое и четкое выражение. Более детальное изучение этой проблемы на материале других языков позволяет сделать интересные и важные наблюдения, связанные не только с особенностями, но и сходством языковых картин различных этносов.

*“He’ll be a **top-sawyer** soon of you two, and carry all afore him,” added jocular Mr. Tubber.*

*“No”, said Henchard gloomily. “He won’t be that. Because he’s shortly going to leave me.” [22, p. 107].*

С помощью сложного эмотивного слова житель города выразил положительную оценку профессиональных качеств Дональда Фарфра, который в момент разговора находился в другом месте. Метафорический образ верхнего пильщика создаёт впечатление о человеке, занимающего лучшее положение, в нашем примере – как первоклассного специалиста, аса в своём деле. Благодаря ему (слову) речь звучит не нейтрально, необычно, и поэтому она выразительна, экспрессивна за счёт интенсификации качественного аспекта обозначаемого лица (сема ‘highest’ в значении ‘top-sawyer’) и ассоциативно-образного представления, возбуждаемого им.

Хотелось бы ещё отметить и социально обусловленный выбор данной языковой единицы мистером Таббером, являющимся простым рабочим, которому известна роль верхнего пильщика, и поэтому он использует именно это слово, выбрав его из ряда денотативно и сигнификативно равнозначных средств.

Как видно из реакции м-ра Хетчерда, высокая оценка профессиональных качеств другого человека, чьи сообразительность и умение выбрать правильное решение явно превосходят его умения, вызвали негативную реакцию – он не сумел скрыть своего раздражения и чувства ревности. Коммуникативная стратегия в данном случае – забота о сохранении своего лица. По сути дела, адресат опровергает комплимент, т.к.

было задето его самолюбие. Интересы говорящего и слушающего вступают в конфликт – мы наблюдаем диалог соперничества. По-видимому, адресант гораздо больше заинтересован в сохранении собственного лица, чем лица собеседника, к которому комплимент не относится. Но вместе с тем, очевидно, что интересы говорящего и слушающего в принципе совпадают, поскольку оба заинтересованы в бесконфликтном развёртывании беседы, поэтому отрицательная реакция завуалирована.

Итак, направленность на сближение, гармонию, согласие, одним словом, солидаризацию участников коммуникации, является важной коммуникативной стратегией как механизма воздействия на адресата. Мелиоративная сложная лексика выступает в качестве индикатора коммуникативных намерений. Комплимент как тактика, реализующая вербальную стратегию «управления дистанцией», способствует улучшению межличностных отношений, сокращению дистанции между собеседниками, гармонизации отношений.

#### Список литературы

1. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 311 с.
2. Будасси Э.В. Популяризация как форма обработки научно-технической информации. Автореферат дис... канд. филол. наук. М.: Высшая школа, 1993. 23 с.
3. Гусейнова И.А. Технологии элиминирования гендерного фактора в дескриптивных рекламных текстах (на материале журнальной прессы России и ФРГ) // Гендерный фактор в языке и коммуникации. М.: МГЛУ, 1999. С. 60–67.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Едиториал, 2002. 284 с.
5. Труфанова И.В. О разграничении понятий речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. 2001. № 3. С. 56–65.
6. Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): Автореферат дис... д-ра филол. наук. М.: Ин-т русского яз. АН СССР, 1990. 48 с.
7. Социальная психология. Краткий очерк // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации. М.: МГУ, 1975. С. 154.
8. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов и др. М.: Книжный дом (Мир энциклопедий), 2003.
9. Ружникова О.М. Актуализация высказываний согласия в диалогическом дискурсе. Дис... канд. филол. наук. Архангельск, 2004. С. 54.
10. Brown P., Levinson S. Universals in language usage: Politeness phenomena // Questions and Polite-

ness. Strategies in Social Interaction. Cambridge: Camb. Univ. Press, 1978. P. 5–289.

11. Германова Н.Н. Коммуникативные стратегии комплимента и проблемы типологии речевых этикетов // Сб. науч. тр. «Язык и модель мира». М.: МГЛУ, 1993. С. 34.

12. Дементьев В.В. Основы теории непрямо́й коммуникации. Автореферат дис... д-ра филол. наук. Саратов: СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 2000. 38 с.

13. The Book of American Humour. XX-th Century. М.: Raduga Publishers, 1984.

14. Salinger J.D. Nine Stories. М.: Progress Publishers, 1982. 438 p.

15. Henry O. Short Stories. М.: Foreign Languages Publishing House, 1951. 239 p.

16. Cole M. Goodnight Lady. London: Headline Book Publishing, 1988. 693 p.

17. Austen J. Pride and Prejudice. London, Glasgow: Collins Cleartype Press, 1963. 439 p.

18. Dreiser Th. Jennie Gerhardt. М.: Progress Publishers, 1972. 358 p.

19. Galsworthy J. The Forsyte Saga. Book I. The Man of Property. М.: Progress Publishers, 1974. 304 p.

20. Capote T. The Grass Harp. Breakfast at Tiffany's. – М.: Progress Publishers, 1974. 223 p.

21. Christie A. Ten Little Niggers. – М.: Менеджер, 2000. 286 p.

22. Hardy Th. The Life and Death of the Mayor of Casterbridge. – М.: Progress Publishers, 1964. 368 p.

#### AMELIORATIVE COMMUNICATIVE STRATEGIES AS A MECHANISM OF INFLUENCE OF AXIOLOGICAL COMPOUNDS

*Yu.A. Gavrikova*

The article discusses ameliorative strategies of speech communication as a means for harmonization of relations between communicators. A compliment as a positive evaluative speech act serves as a sort of tactics realizing the verbal strategy of “controlling the distance”. Such tactics contribute to the improvement of interpersonal relations and their harmonization. Emotionally-evaluative compounds are an indicator of the communicative intention of the author of speech to express positive emotions in reference to the object of evaluation.

*Keywords:* communicative strategies, tactics, emotionally-evaluative compounds, ameliorative lexis, compliment, establishment of contact, controlling the distance, improvement of interpersonal relations.