

ции – Познер заставляет своего собеседника рассуждать на сложную нравственную тему, предлагая сделать непростой выбор между ценностями семьи и патриотизма, вынуждая так или иначе предать значимую часть своей жизни.

Названные выше приемы ведения конфронтационного диалога могут быть описаны как в рамках стратегии позиционирования собеседника, так и в рамках стратегии самопрезентации. Понижая коммуникативный статус героя передачи, ведущий позиционирует себя в глазах телеаудитории как человека, глубже понимающего обсуждаемую сложную проблему. Манипулятивный характер проанализированных приемов (использование серии закрытых вопросов, негативная оценка суждений героя, перебивание, эмотирование собеседника) осознается интервьюируемым, а значит, ведущий может столкнуться с контрприемами.

ЛИТЕРАТУРА

- Баранова К. В.* Риторический анализ речевого поведения ведущих американских ток-шоу: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006.
- Гришина Н. В.* Давайте договоримся. Практическое пособие для тех, кому приходится разрешать конфликты. СПб., 1993.
- Лукина М. М.* Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2003.
- Майданова Л. М., Калганова С. О.* Практическая стилистика жанров СМИ: Учебное пособие. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006.

Ли Вэньлу
аспирант УрФУ

МАКСИМЫ И ПРАВИЛА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В ЗЕРКАЛЕ РУССКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

В любой ситуации для эффективного общения необходимо соблюдать определенные максимы и правила коммуникативного поведения, которые закреплены в социуме национально-культурными традициями. Описанию принципов гармонизирующего коммуникативного поведения посвящены исследования П. Грайса, Д. Лакофф, Дж. Лича, И.А. Стернина и др.

Многие из норм коммуникативного поведения нашли отражение во фразеологии, поскольку национальная фразеология – зеркало куль-

туры. Культура коммуникативного поведения – это соблюдение норм и правил, принятых в данном обществе. Фразеологические единицы, характеризующие коммуникативное поведение, подсказывают, как вести себя в той или иной ситуации, и учат быть вежливыми, терпеливыми, дружелюбными.

Цель работы – выявить нормы коммуникативного поведения, зафиксированные в русской фразеологии. Вслед за В. Н. Телия мы понимаем фразеологию широко и включаем во фразеологическую систему собственно фразеологизмы разных типов, устойчивые сочетания и поговорки [См.: Телия 1996].

Правила, которым должны следовать собеседники в процессе общения, впервые были сформулированы П. Грайсом [Грайс 1985], который исходил из того, что собеседники заинтересованы в эффективности передачи информации. Грайс выдвинул идею, что коммуниканты сотрудничают друг с другом, внося свой индивидуальный вклад в общение. Это положение получило название *принципа кооперации, или сотрудничества*. Данный принцип опирается на четыре постулата – количества, качества, релевантности и манеры речи. Каждый из постулатов состоит из более специфичных максим, регулирующих поведение собеседников в коммуникативном акте. Наши материалы показывают, что значение некоторых русских фразеологизмов аналогично максимам Грайса. Приведем примеры.

Постулат *количества* характеризует информативность речи и включает две максимы:

1. Сообщайте столько информации, сколько требуется для осуществления конкретных целей общения.
2. Не говорите больше, чем требуется.

Во фразеологии есть такие единицы: *Говорит много, а толку на грош, да и тот не хорош; Лишнее говорить – себе вредить; Бойся вышнего, не говори лишнего* и т.п.

Постулат *качества* гласит: Старайтесь сообщать только достоверную информацию. Он также включает две максимы:

1. Не говорите того, что обязательно неверно или ложно.
2. Не говорите того, для чего нет достаточных оснований.

Ряд русских фразеологизмов также актуализируют смысл «правдивость речи». Например: *Не знаешь, так не говори; Правдивое слово – сила; Говоришь правду, правду и делай; Говори рьяно, да без обмана; Что лживо, то и гнило; Ложь что мелкая монета: на нее долго не проживешь* и т.п.

С категорией отношения связан постулат *релевантности*, суть которого заключается в следующем: не отклоняйтесь от темы, говорите по существу. Ему соответствуют такие фразеологизмы, как: *Слово не мимо идет; Не тот умен, кто много говорит, а тот, кто попусту слов не тратит; Говорить, так договаривать, а не договаривать, так лучше не говорить* и т.п.

Постулат *манеры речи* касается не того, что говорится, а того, как говорится; он конкретизируется четырьмя максимами:

1. Избегайте неточности выражения, выражайтесь ясно;
2. Избегайте неоднозначности;
3. Будьте кратки, избегайте ненужного многословия;
4. Излагайте свои мысли четко;

Русская фразеология поддерживает эти правила такими единицами: *Коротко и ясно, оттого и прекрасно. Слова хороши, если они коротки; Краткость – сестра таланта; Можно много сказать и в короткой речи; Хорошая речь коротка; Где слова редки, там они имеют вес; Сказать редко да метко* и т.п.

Принципы Грайса регулируют, как должна строиться речь, но не учитывают, как она реально строится. Выделенные максимы нацелены на эффективность и информативность коммуникативного акта, но не принимают во внимание эмотивный аспект речи. Вместе с тем фатическое повседневное общение не всегда соответствует указанным принципам, поскольку его главная функция заключается не в передаче информации, а в поддержании контакта. В частности, обмен приветствиями не является информативным, однако повседневное общение без них просто невысказимо. Поэтому выделенные Грайсом принципы нуждались в уточнении с позиций социально-коммуникативной, этической и этикетной составляющих.

Р. Лакофф попыталась расширить сферу применения постулатов Грайса, уделив главное внимание этическому аспекту общения. По мнению исследователя, коммуникация, строго подчиненная данным постулатам, была бы скучной и формальной, вследствие этого в повседневном общении выделенные максимы постоянно нарушаются [цит. по: Ларина 2009: 36]. Р. Лакофф сформулировала два основных правила *прагматической компетенции*:

1. Излагайте свою информацию ясно.
2. Будьте вежливы.

Все максимы Грайса можно свести к первому правилу Р. Лакофф, а ее второе правило, в свою очередь, включает три пункта, которые находят подтверждение во фразеологии.

1. Не будьте настойчивыми: *Будь прям, да не упрям; Умей вовремя сказать, умей и смолчать* и т.п.

2. Предоставляйте партнеру возможность выбора: *Чужих слов не перебивай*.

3. Будьте дружелюбными: *Доброе слово сотни пустых стоит; Доброе слово и кошке приятно; На добрый привет – добрый ответ* и т.п.

Категория вежливости рассматривается как центральный принцип коммуникативного поведения в работах И. А. Стернина и Дж. Лича.

И. А. Стернин отмечает, что коммуникативное поведение представителей любой лингвокультуры характеризуется определенными нормами, т. е. «коммуникативными правилами, обязательными для выполнения в данной лингвокультурной общности» [Стернин, Ларина, Стернина 2003: 9]. При этом общекультурные нормы коммуникативного поведения в значительной степени отражают принятые правила этикета, вежливого общения [См.: Прохоров, Стернин 2002].

Дж. Лич отмечает, что вежливость является важным прагматическим фактором, поддерживающим социальное равновесие и дружеские отношения между собеседниками и регулирующим коммуникацию в большей степени, чем принцип кооперации Грайса [цит. по: Ларина 2009: 36].

Вежливость как этическая категория и необходимая норма коммуникации отмечена во многих фразеологизмах, например: *От приветливых слов язык не отсохнет; Добрые слова лучше мягкого пирога; Говори задорно, а не заборно; Пошел на обед, носи (неси) словцо на привет* и т.п.

Дж. Лич выделяет в категории вежливости конкретные составляющие – максимы, которые также отражены в русской фразеологии. Например, максима такта (соблюдения границ личной сферы, т. е. не следует затрагивать темы, которые потенциально опасны для собеседника): *Не всё годится, что говорится; Сначала подумай – потом говори; Слово не воробей, вылетит – не поймаешь* и т.п. Максима одобрения (позитивности в оценке других, т. е. следует говорить приятные вещи и не следует осуждать людей): *Доброе слово человеку что дождь в засуху; Ласковое слово самому ничего не стоит, а другому много дает; Плохо жить без работы, худо без доброго слова; Недоброе слово больней огня жжет* и т.п. Максима скромности (неприятия похвал в собственный адрес, т. е. не будьте высокомерны в разговоре

с собеседником): *Не всегда говори то, что знаешь, но всегда знай то, что говоришь; Скромно себя ведет тот, кто не требует, а просит* и т.п.

Таким образом, во фразеологии заложены этнокультурные стереотипы. Фразеологические единицы регулируют коммуникативное поведение людей, учат этикету, формируют этические нормы. Однако реальная повседневная коммуникация является довольно сложным явлением и не может быть сведена только лишь к реализации определенных постулатов, максим или правил.

ЛИТЕРАТУРА

Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVI. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 217–237.

Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009.

Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русское коммуникативное поведение. М.: Гос. Ин-т рус яз. им. А.С. Пушкина, 2002.

Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж: Изд-во «Истоки», 2003.

Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996.

Мальцева Т. В.
магистрант 2 к. УрФУ

МЕТАЯЗЫКОВЫЕ ОПЕРАТОРЫ ГАРМОНИЗАЦИИ ОБЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЕЧЕВОЙ ПРАКТИКЕ

В современных лингвистических трудах большое внимание уделяют изучению вопроса эффективности речевого общения. Исследования успешной корпоративной коммуникации обусловлены потребностями как отдельной языковой личности, так и общества в целом. По словам Н. С. Болотновой, «установка на гармоничное общение, которое дарит людям радость, удовольствие, с которым связывается умение принять точку зрения ‘другого’, проявить терпимость к его позиции, понять ее – является показателем общей культуры человека,