

Учреждение образования
«Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины»

Л. И. БОГАТИКОВА

**ПРАГМАТИКА
КОНВЕНЦИИ И ПРАВИЛА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ**

Практическое пособие

для студентов дневной формы обучения специальности
1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение
межкультурных коммуникаций (по направлениям)»
направление специальности
1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение
межкультурных коммуникаций (международный туризм)»

Гомель
ГГУ им. Ф. Скорины
2023

УДК 811.161.1'22'24(076)
ББК 81.411.2-55я73
Б732

Рецензенты:

кандидат филологических наук И. Н. Пузенко;
кандидат филологических наук О. Н. Чалова

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом
учреждения образования «Гомельский государственный
университет имени Франциска Скорины»

Богатикова, Л. И.

Б732 Прагматика. Конвенции и правила речевого общения :
практическое пособие / Л. И. Богатикова : Гомельский гос. ун-т им.
Ф. Скорины. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2023. – 46 с.
ISBN 978-985-577-902-6

Практическое пособие предназначено для ознакомления студентов с
теоретическими основами прагматики, в частности, с конвенциями и
правилами речевого общения. Издание способствует формированию системы
понятий и специальных знаний, необходимых для успешного овладения
английским языком.

Адресовано студентам дневной формы обучения специальности
1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций
(международный туризм)».

УДК 811.161.1'22'24(076)
ББК 81.411.2-55я73

ISBN 978-985-577-902-6

© Богатикова Л. И., 2023
© Учреждение образования
«Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины», 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	4
1 Теория речевых актов как основа прагматики	5
1.1 Коммуникативные стратегии и тактики	5
1.2 Проблемы речевого планирования и контроля	7
1.3 Классификация коммуникативных стратегий и тактик	8
1.4 Коммуникативные неудачи в речевом общении.....	9
2 Конвенции и правила речевого общения	17
2.1 Классификация принципов речевого общения	17
2.2 Принцип кооперации Г. П. Грайса	17
2.3 Коммуникативные имплицатуры.....	19
3 Принцип речевого общения	24
3.1 Принцип вежливости в процессе речевого общения.....	24
3.2 Принцип сохранения имиджа С. Левинсона, П. Брауна	25
4 Прагматика, дискурс и межкультурная коммуникация	30
4.1 Прагматический аспект в дискурсе	30
4.2 Авторитетность и авторство дискурса	31
4.3 Дискурсивное конструирование социального мира: социальные категории дискурса	32
5 Речевое воздействие в прагмалингвистике	38
5.1 Понятия теории речевого воздействия.....	38
5.2 Факторы речевого воздействия.....	38
6 Межкультурная прагматика	41
6.1 Интерференция и межкультурная прагматика	41
6.2 Понятие прагматической компетенции	42
Литература	45

ПРЕДИСЛОВИЕ

Практическое пособие предусматривает овладение теоретическими знаниями в области прагматики и умениями лингвистического анализа прагматических характеристик речевого поведения носителей иностранных языков в опоре на национально-культурную специфику данной лингвокультурной общности.

Издание включает как практический материал, так и краткие теоретические сведения по различным разделам дисциплины «Прагматика», в частности, по проблемам, касающимся изучения сущности коммуникативных стратегий и тактик, принципов и правил речевого общения, коммуникативных неудач, речевого воздействия, определения понятий «имплицатура», «постулаты», «максима», в том числе, прагматический аспект дискурса.

Данное руководство охватывает такие разделы, как «Теория речевых актов как основа прагматики», «Конвенции и правила речевого общения», «Прагматика, дискурс и межкультурная коммуникация». Каждый раздел содержит теоретический материал по определенной теме раздела, краткий перечень теоретических вопросов для обсуждения теоретического материала, практические задания, список рекомендуемой литературы.

Теоретический материал, предваряющий практические задания и вопросы для обсуждения на семинарских занятиях, предназначен для стимулирования более эффективного усвоения материала, более глубокого понимания основных понятий и проблем прагматики, и выполнения заданий в процессе самостоятельной подготовки. Практические задания предполагают проведение анализа, выбор правильного варианта ответа, объяснение понятий и терминов, определение и интерпретацию постулатов, принципов и правил речевого общения, прагматического значения высказываний, коммуникативных стратегий. Они способствуют развитию навыков и умений осмысленного критического подхода к научной литературе в области современной прагматики и помогают сделать семинарские занятия более интересными и познавательными.

1 ТЕОРИЯ РЕЧЕВЫХ АКТОВ КАК ОСНОВА ПРАГМАТИКИ

1.1 Коммуникативные стратегии и тактики

Коммуникация есть процесс, разворачивающийся во времени и пространстве. Как и любой процесс, коммуникация поддается сегментации. Таким сегментом коммуникации, фрагментом общения может быть признан коммуникативный акт. По О. С. Ахмановой, *коммуникативный акт* – это функционально цельный фрагмент коммуникации.

Коммуникативный акт – сегмент процесса коммуникации, в ходе которого происходит обмен информацией посредством языковых средств, знаков и символов.

Структура коммуникативного акта может быть представлена следующим образом: сообщение, кодирование, декодирование, канал передачи данных, коммуникативные шумы, или барьеры.

Термин «*речевой акт*» предполагает акцент на действие, а термин «*коммуникативный акт*» – акцент на взаимодействие.

Под *речевым актом* следует понимать речевое действие адресанта, направленное адресату с целью реализовать свою интенцию, информировать или воздействовать на адресата.

Коммуникативный акт – это совокупность речевых и неречевых действий.

Коммуникативное поведение – совокупность норм и правил общения народа.

Вербальное коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения, связанных с тематикой и особенностями организации общения в определенных коммуникативных условиях.

Невербальное коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций, регламентирующих требования к используемым в процессе общения невербальным знакам (языку телодвижений – жестам, мимике, взгляду, позам, движению, физическому контакту и др.).

Профессор О. С. Иссерс вводит понятие речевой стратегии как комплекса речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели и выделяет два типа целей:

- желание быть эффективным (реализовать интенцию);
- необходимость приспособиться к ситуации.

Речевая стратегия – это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. Речевая стратегия определяется как личными мотивами, потребностями, установками, убеждениями, всей ценностной системой говорящего, так и действующими социальными нормами, культурными ценностями общества.

Коммуникативная стратегия – это искусство планирования и организации общения с целью достижения коммуникативной цели. Коммуникативная стратегия связана с общим замыслом говорящего, мотивацией задуманной им речевой деятельности, прогнозированием ее результата, а также с отбором фактов, речевых средств, формулировкой суждений, ориентацией на определенные типы речевых актов и т. п.

Коммуникативная стратегия говорящего включает в себя:

- выбор речевого намерения (например, выступить с сообщением или констатацией факта, задать вопрос, обратиться с просьбой);
- соотнесение информации о ситуации с состоянием сознания собеседника, с его фоновыми знаниями.

Стратегия общения реализуется в *речевых тактиках*, под которыми понимаются речевые ходы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации.

Одну речевую тактику могут реализовать несколько речевых актов (речевых действий). Например, два речевых акта *Не могли бы Вы провести за меня занятия. Мне очень нужно уехать* реализуют тактику просьбы.

Коммуникативная тактика есть целенаправленный выбор речевых средств, которые должны оказать желаемое воздействие на участника по общению; совокупность речевых актов, т. е. речевых действий, с целью достижения намеченной цели.

Инструментом реализации той или иной коммуникативной/речевой тактики является *коммуникативный ход*, который характеризуется определенным набором языковых средств, и *репликовый шаг*. Коммуникативный ход связывает реплику говорящего и реплику слушающего по принципу иллокутивного вынуждения.

Репликовый шаг, или *реплика* – это все, что сказано и сделано между сменами коммуникативных ролей. По своей структуре может быть простым или сложным в зависимости от количества коммуникативных ходов в его составе.

В зависимости от условий общения, от характера дискурса рече-

вые поступки могут быть *конвенциональными*, т. е. соответствующими правилам общения в данных условиях, и *неконвенциональными*, т. е. несоответствующими конкретным условиям общения.

1.2 Проблемы речевого планирования и контроля

Для планирования речевых действий говорящие должны: 1) иметь представление об обычных ситуациях общения; 2) обладать элементарным опытом анализа речевых действий; 3) обладать когнитивной информацией (убеждения, мнения, установки); 4) владеть информацией о пресуппозициях партнёров; о позициях и установках партнёров; об условиях успешности избранных речевых тактик; о характере перлокутивных эффектов, которые могут свидетельствовать об успехе либо неудаче речевой тактики; о языковых ресурсах, используемых для реализации иллокутивных намерений.

Прогнозирование речевого поведения означает предвосхищение ответной реакции собеседника, его мотивов и целей, смысла и формы будущего речевого действия.

Прагматический аспект речевого планирования тесно связан с коммуникативной ситуацией в целом и заключается в том, что:

- участники речевого общения могут исполнять определенные функции и роли;
- могут существовать различия в обстановке и местонахождении;
- могут иметь место особые правила и стратегии, контролирующие взаимодействие в такой ситуации.

Параметры, определяющие выбор речевой тактики и коммуникативных ходов на этапе планирования:

- общие знания о коммуникативной ситуации (уместность/неуместность определенного речевого акта);
- знание о соответствующем речевом акте (ритуальный, стереотипный, нестереотипный, вообще не имеющий прецедента в индивидуальном опыте);
- знания о собеседнике (как личности, как партнере).

Речевое планирование непосредственно связано с контролем за осуществлением плана. *Контроль* означает, что в процессе речевого взаимодействия говорящий пытается направлять релевантные интеллектуальные и эмоциональные процессы слушающего (его интересы, оценки, рассуждения) таким образом, чтобы те в конечном счете при-

вели его к нужному решению (состоянию).

Контроль может предполагать как *вербальные*, так и *невербальные действия*, нацеленные на развитие коммуникативного контакта в желательном для говорящего направлении.

1.3 Классификация коммуникативных стратегий и тактик

Установка на кооперацию либо ее отсутствие является одним из важных параметров речевых стратегий и позволяет разделить их по этому признаку на два типа:

- *кооперативные* (одобрения, утешения, уговоры и т. д.);
- *некооперативные* (дискредитации, ссоры и др.).

Речевые стратегии подразделяются на *общие* и *частные*. Речевые стратегии определяют семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего и содержат в себе когнитивный и лингвистический аспект. *Когнитивный аспект* заключается в необходимости планирования и контроля предстоящей вербальной коммуникации с учетом всех условий коммуникативной ситуации. *Лингвистический аспект* подразумевает средства достижения коммуникативной цели.

Все стратегии подразделяются на основные и вспомогательные.

К *основным* относятся *семантические* (или когнитивные): дискредитация, подчинение и т. п.

Вспомогательные подразделяются на:

- прагматические (построение имиджа, формирование эмоционального настроения и т. п.);
- диалоговые (контроль над темой, контроль над инициативой);
- риторические (привлечение внимания, драматизация и т. п.).

В качестве индикаторов речевых тактик О. С. Иссерс выделяет средства различных языковых уровней.

1. *Семантические*: семантические клише; особенности референции (обозначение участников коммуникации, объектов, событий, действий, характеристик коммуникативной ситуации и отношений между участниками); знания о мире (фреймы и сценарии); имплицитные компоненты высказывания (пресуппозиции, установки).

Семантический тип стратегий подразумевает под собой *тактики уговаривания*: уговоры, просьбы, убеждения. Различия между тактикой уговаривания и убеждения заключаются в том, что первый тип

воздействует на чувства и эмоциональный мир, а второй – на разум человека.

Другим типом семантической стратегии являются *тактики дискредитации*: оскорбления, издевки, обвинения. Обвинение от оскорбления отличается тем, что не предполагает намерения унизить, поставить в неловкое положение.

2 *Лексические*: эксплицитное употребление перформативов или описание коммуникативного намерения; стилистическая и эмоциональная окраска слов; экспрессивная лексика (типовые выражения); частицы, колебания, повторы.

3 *Лексико-грамматические и синтаксические показатели*: лексико-грамматические модели и синтаксические конструкции в совокупности с фонетическими характеристиками; модели аффективного и эмоционального синтаксиса.

4 *Прагматические показатели*: эффекты, на которые рассчитывал говорящий (ответные реакции партнера по коммуникации); коммуникативные ходы как сигналы невыраженных пропозиций; последовательность коммуникативных ходов.

Прагматический тип речевых стратегий подразумевает под собой такие *эмоционально-настраивающие тактики*, как комплимент, похвала, самопрезентация, или модель речевого имиджа, которая состоит из отдельных качеств личности.

1.4 Коммуникативные неудачи в речевом общении

Коммуникативные неудачи – обычное явление в реальном человеческом общении, возникающее как в межличностном общении, так и при общении членов одного и того же этноса.

Коммуникативная неудача (КН) – это непонимание смысла высказывания, неверное истолкование речевого намерения говорящего или не предусмотренный говорящим нежелательный эмоциональный эффект (Е. А. Земская, О. П. Ермакова).

Причины коммуникативных неудач принято классифицировать с учетом следующих противопоставлений:

– «Человек – ситуация общения». На этом противопоставлении причины КН можно разделить на:

1) *субъективные* (обусловленные особенностями коммуникантов);

2) *объективные* (связанные с обстоятельствами процесса коммуникации).

– «Язык – реальный мир». С учетом данного противопоставления причины КН можно разделить на:

1) *внутренние, лингвистические* (обусловленные свойствами языковых единиц и конструкций);

2) *внешние, экстралингвистические* (связанные с картиной мира, запечатленной в языке).

– «Языковые единицы (используемые коммуникантами) – сами коммуниканты, их цели». С учетом этого противопоставления причины КН можно разделить на:

1) *структурно-семантические* (связанные со свойствами языковых единиц и конструкций);

2) *когнитивные* (связанные с особенностями мыслительно-чувственной сферы коммуникантов);

3) *прагматические* (обусловленные целями коммуникации).

В теории Дж. Остина описано два типа КН, базирующихся на нарушениях в процедуре осуществления речевых действий:

– «*осечки*» (речевое действие не влечет за собой совершения типичного неречевого действия, например, произнесение фразы *Объявляю вас мужем и женой* случайным человеком);

– «*злоупотребления*» (речевое действие сопряжено с неполноценным неречевым действием, например, произнесение фразы *Я согласен взять Анну в жены* случайным человеком).

Причины КН «осечки»: 1) отсутствие полномочий у говорящего (фразу *Объявляю вас мужем и женой* произносит повар); 2) обстоятельства не соответствуют норме (слова обряда бракосочетания произносятся в метро); 3) некорректность выполнения действия (фраза *Объявляю вас мужем и женой* произносится без согласия сторон).

Причина КН «злоупотребления» – неискренность коммуникантов (фраза *Я согласен взять Анну в жены* произносится без намерения выполнить обязанности мужа).

Типы коммуникативных неудач в концепции Е. А. Земской и О. П. Ермаковой:

1 Структурно-семантические КН – это нарушение понимания, порожаемое многозначностью языковых единиц и конструкций (*афганцы – жители Афганистана; афганцы – воины-интернационалисты*).

2 КН индивидуальных особенностей включают нарушения в по-

нимании, порождаемые разными ментальными состояниями (различение-неразличение сходных понятий: *ива – верба – лоза*), разными психофизическими состояниями коммуникантов.

3 Прагматические КН базируются на способности одного и того же высказывания передавать различные намерения говорящего (*вопрос-упрек*).

Классификация причин, вызывающих коммуникативные неудачи в естественном диалоге (Е. А. Земская и О. П. Ермакова), порождает следующие:

а) системой языка:

1) лексическая многозначность (омонимия, полисемия, возможность употребления слова в прямом и фразеологически связанном значении и т. п.); 2) неоднозначность словоформ и конструкций; 3) семантическая многозначность предложений; 4) размытость значения указательных слов, в том числе местоименных слов;

б) особенностями коммуникантов:

1) различия в знаниях коммуникантов, в эмоционально-физическом состоянии, в языковом коде, которым пользуются коммуниканты (в наиболее типичном случае определенная языковая единица присутствует в коде говорящего, но отсутствует в коде слушающего); 2) разное понимание форм вежливости; 3) различия в интерпретации цветовых оттенков, во взглядах, принципах, морально-этических установках, т. е. в картинах мира коммуникантов;

в) прагматическими факторами:

1) двойственность намерения в вопросах со словами *зачем?* (вопрос-упрек), *неужели?* (удивление-возмущение); 2) прагматическая многозначность высказываний с оценочным компонентом (вопрос-оскорбление); 3) прагматическая многозначность утверждений (сообщение-упрек); 4) прагматическая многозначность побудительных высказываний (просьба-упрек; косвенная просьба-манипулирование); 5) нарушение стереотипных ожиданий (порождение удивления); 6) несоблюдение коммуникантами правил речевого этикета и принципов речевого общения.

Практические задания

1 Соотнесите понятие с определением.

1) репликовый шаг;

- 2) коммуникативный акт;
- 3) речевая стратегия;
- 4) коммуникативная стратегия;
- 5) коммуникативный ход;
- 6) речевые тактики.

- а) совокупность речевых и неречевых действий цели;
- б) набор языковых средств, связывающих реплику говорящего и слушающего;
- в) все, что сказано и сделано между сменами коммуникативных ролей;
- г) комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели;
- д) речевые ходы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации;
- е) искусство планирования и организации общения для достижения коммуникативной цели.

2 Выберите варианты, которые относятся к понятию прагматический аспект речевого планирования.

- а) связь с невербальной ситуацией;
- б) связь с коммуникативной ситуацией;
- в) участники речевого общения могут не исполнять определенные функции и роли;
- г) участники речевого общения могут не принимать во внимание правила общения;
- д) могут существовать различия в обстановке и местонахождении;
- е) участники речевого общения могут исполнять определенные функции и роли;
- ж) могут иметь место особые правила и стратегии, контролирующее взаимодействие в такой ситуации.

3 Выберите параметры, определяющие выбор речевой тактики и коммуникативных ходов на этапе планирования.

- а) общие знания о невербальной ситуации;
- б) знания о настроении собеседника;
- в) общие знания о коммуникативной ситуации (умест-

ность/неуместность определенного речевого акта);

г) знание о соответствующем речевом акте (ритуальный, стереотипный, нестереотипный, вообще не имеющий прецедента в индивидуальном опыте);

д) знание об опыте собеседника;

е) знание о речевом акте (ритуальный, стереотипный, нестереотипный);

ж) знания о собеседнике (как личности, как партнере).

4 Определите типы и виды речевых/коммуникативных стратегий: *контроль над темой, контроль над инициативой и т. п.; построение имиджа, формирование эмоционального настроения; привлечение внимания, драматизация; дискредитация, ссора; одобрение, утешение, уговоры.*

5 Распределите следующие индикаторы речевых тактик по группам: 1) *семантические*, 2) *лексические*, 3) *лексико-грамматические и синтаксические показатели*, 4) *прагматические показатели*.

а) ответные реакции партнера по коммуникации;

б) стилистическая и эмоциональная окраска слов;

в) знания о мире (фреймы и сценарии);

г) экспрессивная лексика;

д) модели аффективного и эмоционального синтаксиса;

е) пресуппозиции, установки;

ж) коммуникативные ходы как сигналы невыраженных пропозиций.

6 Проанализируйте тип коммуникативных стратегий и речевых тактик в следующих примерах. Приведите свои аналогичные примеры.

а) *«От смешанных браков всегда рождаются красивые дети...»;*

б) *«Сделай это ради меня...»;*

в) *«Твои глаза как бриллианты...»;*

г) *«Любимый дурак...»;*

д) *«Ну ты сам подумай...»;*

е) *«Он выглядит как идиот...»;*

ж) *«Вот посмотри на Елену Михайловну...»;*

и) *«Ну ты же такой сообразительный...».*

7 Проанализируйте такую коммуникативную стратегию, как «Ближе к делу», и выделите соответствующий набор тактик.

Get in, get it done, get out of the way, don't beat about the bush.

8 Соотнесите следующие понятия с их определениями.

- 1) структурно-семантические коммуникативные неудачи;
- 2) коммуникативные неудачи индивидуальных особенностей;
- 3) прагматические коммуникативные неудачи.

а) нарушение в понимании, порождаемое разными ментальными состояниями (различение-неразличение сходных понятий: *ива* – *верба* – *лоза*);

б) способность одного и того же высказывания передавать различные намерения говорящего (*вопрос-упрек*);

в) нарушения понимания, порождаемые многозначностью языковых единиц и конструкций (*афганцы* – *жители Афганистана*; *афганцы* – *воины-интернационалисты*).

9 Объясните причины коммуникативных неудач в следующих диалогах:

а) Коммуникативная ситуация: квартирная хозяйка требует от жильца квартплату.

– Вы сегодня обещали.

– Неужели сегодня? Что это у вас, новая кофточка?

– Новая. Позвольте получить, Константин Петрович.

– Что получить?

– Да деньги же! Не задерживайте, мне нужно на кухню.

– Хозяйничаете всё? Хлопочите?

– Может вам разменять нужно? Я пошлю.

– Сколько там с меня?

– Двадцать рублей.

– Деньги... Деньги... А вы читали роман Золя «Деньги»?

– А вы читали когда-нибудь повестку в суд о выселении?

б) – Книжку положите, пожалуйста.

– Как вас зовут?

– Насколько я помню, – съязвила она, – мужчина должен представляться первым (Брагинский).

в) – Где твой брат?

- Я что, ему сторож что ли?
- г) – Какая у вас зарплата?
- Мне хватает.
- д) – То, что кафедре закрыли, вопиющее безобразие!
- Вы ошибаетесь, её не закрыли, а переименовали.

е) – Я полагаю приобрести мёртвых, которые, впрочем, значились бы по ревизии как живые.

– Чичиков шутит, спятил с ума, выразился так для красоты слога, а имеет в виду совсем другое... (Гоголь).

ж) – Я, Лёня, ответственный работник.

– Вот как! По какой линии?

– Ответственный работник.

– Ну, вот я и спрашиваю: по какой линии?

– А я отвечаю: ответственный работник.

– Работник чего?

– Что чего?

– Ну, спрашиваю, какая у тебя специальность?

– Причём тут специальность? (Ильф и Петров).

и) – Он мне пишет: «Милая Наталия Ивановна». Представляешь? Будто я его горничная!

к) – Ты почему жарешь картошку на сливочном масле?

– Не нравится, не ешь. Жарь сам, на каком хочешь!

л) – Молоко вам шлёт привет!

– Что? Убежало? Чему ты радуешься? Нет бы посочувствовать.

м) – Зови меня к телефону только в крайнем случае.

– Да я вообще могу не звать!

н) – Аборигенов почти не осталось в деревне.

– Это сельчане, труженики полей, что ж вы так их оскорбляете?

10 Определите, в чём причина коммуникативных неудач, чем они порождены.

а) – Это очень эффектный ход.

– Не вижу ничего эффектного. Просто он результативный.

– Ну да, я это и хотела сказать.

– Тогда эффективный, а не эффектный.

б) – Ты делаешь зарядку?

- Сегодня не делал.
- в) – Я не про сегодня. Вообще-то делаешь?
– Время от времени (пример из статьи Е. А. Земской).
- г) – У меня там оставалось немного масла, и я отдала его хозяйке.
– Ну да, немного. Чего возить туда-сюда?
– Я бы и много оставила. Во-первых, мне не жалко, а во-вторых, его не довезёт в жару.
- д) – Этой ужасной минуты я не забуду никогда в жизни!
– Забудешь, – заметила Королева, – если не запишешь в записную книжку (Л. Керролл).
- е) – Сними свою шляпу, – сказал Король Болванчику.
– Она не моя. – ответил Болванчик (Л. Керролл).
- ж) – Ты сегодня идёшь гулять со своим кавалером?
– Мама, он просто друг.
- и) – Как ты можешь такое говорить?
– Так, открываю рот и говорю.
- к) – Вели-ка, бабка, работнику, чтоб лошадь мою убрал, – сказал он.
– Я не бабка. И в самом деле, это была не бабка (А. П. Чехов).
- л) – Александр Давидыч, – сказал он дрожащим голосом, – спаси меня! Умоляю тебя, заклинаю, пойми меня! Положение моё мучительно...
- Постой... Ты насчёт чего, собственно? (А.П. Чехов).
- м) – Ну с отцом. То же самое – разногласия?
– Никаких разногласий.
- н) – Серьёзно? Как это у тебя получается?
– Очень просто. У меня нет отца (А. Вампилов).
- п) – Стрелялись? – Нет.
– Рубились? – Нет, нет.
– Так помирились? – О, нет!
– Так что же сделал он?
– Остался отомщён и обольстителя с пощёчиной оставил.
– Да это вовсе против правил (М. Ю. Лермонтов).

2 КОНВЕНЦИИ И ПРАВИЛА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ

2.1 Классификация принципов речевого общения

Принципы речевого общения – факторы, регулирующие процесс протекания речевого общения и обеспечивающие его эффективность. Принципы речевого общения подразделяются на *общие принципы*, или аксиомы речевого общения и *ситуационно ограниченные принципы* речевого общения, нарушаемые в определенных ситуациях для достижения ближайшей или конечной целей коммуникативного взаимодействия.

Аксиомы П. Вацлавика:

– Аксиома 1: человек не может не общаться. Отказ от общения – самостоятельный коммуникативный сигнал.

– Аксиома 2: вербальные и невербальные коды, используемые при общении, в стандартной ситуации не противоречат друг другу (например, высказывание *Вот она, смотрите!* сопровождается указательным, а не подзывающим жестом).

– Аксиома 3: речевое общение протекает в трех вариантах:

а) равностатусном: *Дай-ка соль!*

б) разностатусном: *Не могли бы вы передать мне соль?*

в) псевдокоммуникативном: *Бедная я, несчастная. Как же мне не везет! Вот и соль опять рассыпала.*

– Аксиома 4: из двух составляющих высказывания – предметной (что человек говорит) и интенциональной (с какой целью человек говорит) – вторая составляющая (интенциональная) является ведущей.

– Аксиома 5: коммуниканты оценивают высказывания партнера с точки зрения попытки развязать конфликт.

К ситуационно ограниченным принципам речевого общения относятся

– Принцип кооперации Г. П. Грайса;

– Принцип вежливости Дж. Лича;

– Принцип сохранения имиджа С. Левинсона/П. Брауна.

2.2 Принцип кооперации Г. П. Грайса

В основе речевого общения лежит *принцип кооперации*, который опирается на понимание диалога как совместной деятельности участ-

ников, каждый из которых вносит свой вклад в построение коммуникации, признавая общую цель диалога.

По Г. П. Грайсу, принцип кооперации реализуется в виде четырёх *максим* (постулатов или правил):

- максима количества (информативности) – коммуникант должен представлять необходимое количество информации, т. е. сообщение;
- максима качества (искренности) – коммуникант должен предъявлять истинную информацию;
- максима релевантности – предъявляемая информация должна иметь непосредственное отношение к делу (целям общения);
- максима ясности выражения – коммуникант должен стремиться к краткости и упорядоченности и должен избегать неясности, неоднозначности.

Названные максимы (постулаты) представляют собой правила речевого поведения, которым должны следовать собеседники для достижения взаимопонимания в процессе коммуникации.

Коммуникативные постулаты – это своего рода предписания говорящим, вытекающие из некоего общего принципа кооперации – принципа, состоящего в том, что участники речевой коммуникации в нормальных условиях имеют целью достижение взаимопонимания.

Относительность постулатов Г. П. Грайса выражается в следующем:

- 1) *относительность постулатов количества*: одно и то же количество информации в разных ситуациях может быть достаточным, недостаточным и избыточным;
- 2) *относительность постулатов качества*: одна и та же информация в зависимости от ситуации может быть истинной и ложной;
- 3) *относительность постулатов отношения*: отклонение от темы диалога и поддержание темы диалога;
- 4) *относительность постулатов способа*: один и тот же способ оформления мысли может выступать в зависимости от ситуации как ясный для партнера и как непонятный для партнера.

Нарушение постулатов Г. П. Грайса:

- 1) *нарушение постулатов количества*: уменьшение или увеличение количества информации помогает увидеть и надежнее усвоить наиболее важную информацию;
- 2) *нарушение постулатов качества* регулярно происходит в таких сферах деятельности, как реклама, дипломатия, политика, бизнес и других;

3) *нарушение постулатов отношения* происходит с целью устранить социальную оплошность, совершенную одним из коммуникантов, и, тем самым, предотвратить развертывание конфликтной ситуации;

4) *нарушение постулатов способа*: постулаты не соблюдаются для того, чтобы при помощи вербальных средств смягчить неприятную для партнера ситуацию, которую тот на данный момент изменить не может.

2.3 Коммуникативные импликатуры

Стремление говорящего к косвенному выражению смысла ведет к образованию подтекста высказывания, или, по Г. П. Грайсу, *коммуникативной импликатуры*. Информация, передаваемая в речевом акте, делится на две части. То, что действительно говорится, то, что сказано, представляет собой логическое содержание высказывания. Для всей остальной части информации, которая может быть извлечена слушающим из конкретного высказывания, Г. П. Грайс предложил термин *импликатура* – подразумеваемый, но эксплицитно (явно) не выраженный смысл высказывания.

При выводе коммуникативной импликатуры, слушающий опирается на следующую информацию: 1) конвенциональное значение использованных слов и знание всех их референтов; 2) принцип кооперации и постулаты; 3) контекст высказывания – как лингвистический, так и любой другой; 4) прочие фоновые знания; 5) тот факт, что вся указанная выше информация доступна для обоих участников коммуникации.

Импликатуры делятся на две разновидности – *конвенциональные* и *неконвенциональные*, в частности импликатуры общения, импликатуры дискурса.

Конвенциональные импликатуры включают все те не связанные с условиями истинности аспекты информации, которые передаются высказыванием только в силу значения содержащихся в нем слов или форм.

Неконвенциональные импликатуры, импликатуры общения связаны с языковым содержанием высказывания только косвенным образом. Они выводятся из содержания предложения, но обязаны своим существованием только тому факту, что участники речевого акта свя-

заны общей целью коммуникативного сотрудничества и не связаны с употреблением определенных слов.

Механизм порождения импликатуры связан с набором условий:

- а) говорящий нарушает один из постулатов речевого общения;
- б) говорящий нарушает эти постулаты, соблюдая при этом принцип кооперации и рассчитывая, что слушающий сможет правильно интерпретировать смысл его речевого действия, т. е. «вычитать» импликатуру.

Коммуникативные импликатуры обладают следующими свойствами: а) выводимость (вычисляемость) (мы понимаем смысл импликатур, несмотря на их невыраженность в высказывании); б) погашаемость (импликатуру можно нейтрализовать); в) зависимость от смысла высказывания при относительной независимости от формы.

Практические задания

1 Соотнесите следующие понятия с их определениями.

- 1) импликатура;
- 2) принцип кооперации;
- 3) конвенциональные импликатуры;
- 4) коммуникативные постулаты;
- 5) неконвенциональные импликатуры.

а) это своего рода предписания говорящим, вытекающие из некоего общего принципа кооперации;

б) все не связанные с условиями истинности аспекты информации, которые передаются высказыванием только в силу значения содержащихся в нем слов или форм;

в) подразумеваемый, но эксплицитно (явно) не выраженный смысл высказывания;

г) импликатуры общения, связанные с языковым содержанием высказывания только косвенным образом;

д) понимание диалога как совместной деятельности участников, каждый из которых вносит свой вклад в построение коммуникации, признавая общую цель диалога.

2 Сгруппируйте следующие правила общения в соответствии с постулатами Г. П. Грайса: 1) максима количества (информативности);

2) максима качества (искренности); 3) максима релевантности; 4) максима ясности выражения.

а) коммуникант должен стремиться к упорядоченности и должен избегать неясности, неоднозначности;

б) коммуникант должен предъявлять истинную информацию;

в) коммуникант должен представлять необходимое количество информации;

г) коммуникант должен стремиться к краткости;

д) предъявляемая информация должна иметь непосредственное отношение к делу;

е) сообщение должно быть достаточно информативным;

ж) предъявляемая информация должна иметь непосредственное отношение к целям общения.

3 Выберите свойства, характерные для коммуникативных имплицатур.

Нейтральность, выводимость, выраженность, зависимость, абсолютность, конкретность, погашаемость, целостность.

4 Изучите данные ниже ситуации и дайте к ним комментарий; приведите примеры аналогичных ситуаций.

а) Максимумы количества, или постулаты информативности.

Вы встретили на улице знакомого и в коротком разговоре спросили, как поживает его жена. В ответ он говорит вам, что она сейчас перешла на работу в компьютерную фирму, она очень довольна и вообще у нее все в порядке. Это количество информации отражает...

Если же в ответ на ваш вопрос он говорит: «Она жива», – это..., так как высказывание содержит слишком мало информации.

Если же, напротив, встреченный приятель в ответ на простой и достаточно формальный вопрос о жене начинает рассказывать, что она устроилась на работу в компьютерную фирму, она ее устраивает, но она рассчитывает на повышение через полгода, а еще она на прошлой неделе ходила на ужасно модный концерт, месяц назад купила потрясающее вечернее платье, а до этого еще и новую мебель, вчера сделала новую прическу, а летом собирается поехать на Канарские острова и будет нырять там с аквалангом, – это будет...;

б) Максимы качества, или постулаты истинности.

Проходя по улице, вы видите, что одно из окон распахнулось. Оттуда высунулся человек и кричит: «Помогите, пожар!» Если Вы кричите ему в ответ: «Я вызываю пожарную команду, без паники, они через минуту приедут», – это будет... Если же Вы, услышав его крики, спрашиваете: «Как мне пройти в библиотеку?», – то коммуникацию вряд ли можно признать...;

в) Максимы формы выражения, или постулаты ясности выражения.

Если Вы на вопрос о том, как прошел доклад X, ответите: «Доклад был не самый впечатляющий, отсутствовала логика изложения, выводы выглядят очень сомнительно», то такой ответ будет....

Если же Вы скажете: «Ну что же, доклад был сделан на ту тему, которая была объявлена, говорил X минут двадцать», то такой ответ...

5 Проанализируйте следующие ситуации и приведите пример аналогичных, соблюдая при этом максимы качества, релевантности, ясности.

а) «Хорошо же ты [делаешь что-либо]», имея при этом в виду, что тот, к кому обращена эта фраза, избрал не лучшую модель поведения в данной ситуации;

б) многозначительно уходит от темы, давая тем самым понять, что ваше замечание было неуместно;

в) замысловато описывает что-либо, чтобы подчеркнуть, что объект в некотором роде необычен.

6 Проанализируйте речевое поведение персонажей романа М. Булгакова «Мольер».

Друзья, приехавшие навестить Мольера за город, в ходе шумного застолья постепенно впадают в состояние депрессии. Появляется Мольер.

– Невыносимая жизнь, – плача сказал ему Шанель, – прощай, Мольер, навсегда, мы идём топиться.

– Это хорошая мысль, – ответил Мольер печально, – но нехорошо с вашей стороны, что вы забыли меня, ведь я ваш друг.

7 Выберите бесконфликтный ответ среди реактивных речевых актов в следующих диалогах, исходя из принципа кооперации. Проанализируйте функции риторических вопросов.

а) *Это ты положила?*

Я./Не я. А кто же ещё? А что?

б) *Где мой галстук?*

В шкафу. Не знаю. Возьми там. Почему я должна знать, где твой галстук? Я не нанималась его сторожить. Откуда я знаю?

в) *Вы тут ничего не брали?*

Нет. Ой, извините, сейчас отдам. Что я ненормальная что ли?

г) *Не забудь взять ключи.*

Хорошо. Разве я когда-нибудь забывала? Без тебя знаю. Не надо мне напоминать. Спасибо, что напомнила. А когда я забывала ключи?

д) *Давай передвинем полку.*

Может быть, ты дашь мне сначала поесть?

е) *Вынеси мусор.*

А что случится, если я сделаю это через полчаса?

ж) *Ты погулял с собакой?*

Нет. А ты?

8 Продемонстрируйте свое умение разговаривать по телефону. Нужно задать три последовательных вопроса в следующих ситуациях: автосервис, театр, гарантийная мастерская, парикмахерская, аквапарк. Главная задача – провести разговор правильно, обходясь минимальным количеством слов.

3 ПРИНЦИП РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ

3.1 Принцип вежливости в процессе речевого общения

Вежливость – тип речевого поведения, который отличается выраженной ориентированностью на партнера по коммуникации. Вежливость имеет различные оттенки значений: корректность – подчеркнутая официальность; учтивость – почтительная вежливость; любезность – стремление быть приятным и полезным другому и др.

Американский лингвист Дж. Лич включает в понимание вежливости следующее:

Максима такта (т. е. уменьшать «затраты» другого и увеличивать «пользу» для него) предполагает, что при вербальном оформлении высказывания необходимо стремиться к тому, чтобы затраты слушающего казались меньше, чем его выгода. В высказываниях-просьбах можно усилить степень реализации максимы такта за счет использования косвенной формы выражения намерения.

Хочешь пожарить картошку?

У тебя не будет возможности пожарить картошку?

Максима великодушия (т. е. уменьшать «пользу» для себя и увеличивать свои «затраты») заключается в том, что при вербальном оформлении высказывания необходимо стремиться к тому, чтобы затраты говорящего казались больше, чем его выгода. Максима великодушия реализуется, в первую очередь, в высказываниях-приглашениях (*ты можешь прийти к нам пообедать*) и высказываниях-предложениях (*я могу одолжить тебе свою машину*).

Максима одобрения (т. е. уменьшать неодобрение и увеличивать одобрение других) и *максима скромности* (т. е. уменьшать одобрение и увеличивать неодобрение себя) касаются порицания и похвалы коммуникантов. При вербальном оформлении высказывания необходимо стремиться к тому, чтобы порицание слушающего было заметно меньше, чем его польза.

В высказываниях типа *доклад не такой хороший, как...* по мнению Дж. Лича, недостаток похвалы (*не такой хороший*) означает скрытое порицание, т. е. нереализованность максимы одобрения.

Максима скромности (т. е. уменьшать одобрение и увеличивать неодобрение себя) предполагает, что при вербальном оформлении высказывания необходимо стремиться к тому, чтобы порицание говоря-

щим самого себя было заметно больше, чем похвала самого себя.

Максима согласия (т. е. уменьшать несогласие и увеличивать согласие с другим) строится на совпадении взглядов коммуникантов (параметр: согласие – несогласие). При вербальном оформлении высказывания необходимо подчеркивать общность взглядов, системы ценностей, планов, устраняя из фокуса внимания имеющиеся разногласия.

Максима сочувствия (симпатии) (т. е. уменьшать эмоциональную дисгармонию и увеличивать симпатию и сочувствие между собой и другим) базируется на доброжелательном отношении коммуникантов друг к другу.

Одной из проблем реализации принципа вежливости является выбор языковых средств, которые усиливают/ослабляют степень выраженности базовых параметров, лежащих в основе максим такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия, симпатии.

Принцип вежливости Дж. Лича частично пересекается с принципом вежливости, сформулированным Р. Лакофф в начале 70-х гг. XX в., который включает три положения: не навязывать собеседнику свое мнение; предоставлять собеседнику право выбора; быть доброжелательным к собеседнику.

3.2 Принцип сохранения имиджа С. Левинсона, П. Брауна

Имидж – это социальный образ человека, соотносимый с требованиями и нормами той общественной группы, к которой он себя мысленно относит. Имидж – это совокупность социально значимых характеристик, которым человек стремится соответствовать.

Принцип сохранения имиджа С. Левинсона, П. Брауна базируется на **теории о социальном лице Э. Хофмана**. Социальное лицо включает два компонента: негативное лицо базируется на стремлении человека обладать определенной степенью независимости от других членов социума; позитивное лицо базируется на стремлении человека быть частью социума.

Структура имиджа коммуникантов включает следующие составляющие:

– *позитивная составляющая имиджа*: стремление партнера-коммуниканта предстать в роли единомышленника говорящего; по-

требность в социальном признании и поддержке со стороны других членов социума;

– *негативная составляющая имиджа*: стремление партнера-коммуниканта дистанцироваться от других членов социума; потребность в независимости от других членов социума, свободе в принятии решений.

К языковым средствам поддержания имиджа собеседника относятся:

– **ПОЗИТИВНАЯ ВЕЖЛИВОСТЬ:**

1) комплименты (*Мне так не хватает вашей бережливости!*);

2) обращения, сленгизмы, маркеры принадлежности к одной и той же группе (*Ник, стартуем завтра с Павлика первым поездом, вагон пять*);

3) высказывания с семантикой заинтересованности в делах партнера (*Как успехи? Ты уже пообедал?*);

4) конструкции, фокусирующие общность знаний (*Ведь ты же знаешь, как это сложно!*);

– **НЕГАТИВНАЯ ВЕЖЛИВОСТЬ:**

1) упреждающие извинения (*Извините, если я вам помешал, но не смогли бы вы пересест за другой компьютер?*);

2) конструкции, обезличивающие ситуацию (*Здесь принято выключать мобильные телефоны*);

3) конструкции, размывающие речевое намерение (*Не могли бы вы перенести мой заказ на другой день?*);

4) языковые средства, мультиплицирующие личность говорящего (эксклюзивное *мы*) (*Мы сожалеем, но на это место уже взяли сотрудника*).

Для позитивной составляющей имиджа собеседника угрозу представляют, по мнению С. Левинсона и П. Брауна, следующие типы речевых действий:

– обвинения (*Это ты сломал мой велосипед!*);

– критика, высмеивание, перебивание (*Какие мы вам уж товарищи!*);

– отклонение предложений собеседника (*Нет, давай поедим завтра*);

– развитие для собеседника неприятных тем (*Слышал, что ты завалил экзамен. Стипендии, значит, не получишь*).

Для негативной составляющей имиджа собеседника угрозу пред-

ставляют:

– приказы, просьбы, требования, советы (*Немедленно покиньте зал! Ты бы сходил с ней в кафе*);

– угрозы, которые побуждают к изменению выбранной линии поведения (*Ну, ты еще у меня попляшешь! Устрою я тебе веселую жизнь!*);

– предложения, обещания, намекающие на ответные услуги (*Ты можешь пожить у меня. Поможешь мне с математикой*);

– комплименты, пожелания, навязывающие этически необходимые действия (*Ах, какой у тебя потрясающий макияж! Мне бы так хотелось получить совет хорошего стилиста*).

В разных культурах принцип сохранения имиджа реализуется по-разному. Для западноевропейских культур свойственно активное вербальное проявление негативной вежливости (внимание фокусируется на стремлении собеседника к независимости от других членов социума, его потребности в личном пространстве не только физического, но и духовного характера).

Для славянских культур характерно активное вербальное проявление позитивной вежливости (фокус внимания сосредоточивается на потребности собеседника стать частью единой социальной группы, в которую уже входит говорящий, получить от него признание и поддержку).

Практические задания

1 Соотнесите вид максимы с соответствующим определением.

1) уменьшать неодобрение и увеличивать одобрение других;

2) уменьшать несогласие и увеличивать согласие с другим;

3) уменьшать «затраты» другого и увеличивать «пользу» для него;

4) уменьшать «пользу» для себя и увеличивать свои «затраты»;

5) уменьшать эмоциональную дисгармонию и увеличивать симпатию и сочувствие между собой и другим;

6) уменьшать одобрение и увеличивать неодобрение себя.

а) максима такта; б) максима великодушия; в) максима одобрения; г) максима скромности; д) максима согласия; е) максима сочувствия (симпатии).

2 Проанализируйте следующие английские выражения. Скажите, какое прагматическое значение они имеют. Как правильнее сказать в англоязычной культуре? Почему? Как перевести на английский язык, вариант б) чтобы это звучало вежливо?

а) *"You must have some of this cake"*

"You should have some of this cake. My mother baked it"

б) *Это будет стоить 5 долларов.*

3 Замените невежливую форму высказываний более вежливой.

а) *Поддай мне хлеб.*

б) *Пробей мне талон.*

в) *Помоги мне убрать со стола.*

г) *Объясни, почему ты не пришла на день моего рождения?*

д) *Тебе было трудно мне помочь разобраться с этой программой?*

е) *Иди к доске, напиши предложение.*

4 Проанализируйте языковые средства поддержания имиджа собеседника и выберите те, которые служат для проявления позитивной вежливости.

Комплименты; конструкции, обезличивающие ситуацию; конструкции, размывающие речевое намерение; высказывания с семантикой заинтересованности в делах партнера; упреждающие извинения; обращения, сленгизмы, маркеры принадлежности к одной и той же группе; языковые средства, мультиплицирующие личность говорящего; конструкции, фокусирующие общность знаний.

5 Определите, в каких высказываниях представлена позитивная вежливость, а в каких негативная:

а) *Всё, ты же знаешь, как это сложно!*

б) *Не могли бы вы перенести мой заказ на другой день?*

в) *Здесь принято выключать мобильные телефоны.*

г) *Леша, стартуем завтра с Павлика первым поездом, вагон пять.*

д) *Мы сожалеем, но это место уже занято.*

е) *Мне так не хватает вашей помощи!*

ж) *Извините, если я вам помешал, но не смогли бы вы пересест за другой компьютер?*

и) *Как успехи? Ты уже поужинал?*

6 Определите речеактовый характер высказываний с частицей *ну*. Охарактеризуйте интенции в ответных репликах (прямой ответ, косвенный ответ, уточнение, согласие, несогласие, коррекция диалога, оценка, отказ, hesitation, признание, вызов, непонимание, уступка, отсылка к уже упомянутому знанию или к фонду знаний).

а) – Ты согласен?

– Ну, согласен. Ну а что мне ещё остаётся делать?

б) – Вряд ли он всё успел сделать.

– Ну конечно: времени было так мало. Ну конечно: а то ты его не знаешь.

в) – Возвращайся вовремя.

– Ну ладно. Ну, как не надоело повторять одно и то же.

г) – В этом деле нужна ясность.

– Ну какая тебе ещё ясность? Ну, неужели не понятно?

д) – Тебе понравилась комедия?

– Ну, пожалуй, комедией я бы это не назвал. Ну что там могло понравиться? Ну, знаешь ли, нет слов.

е) – Расскажи мне что-нибудь.

– Ну что я могу тебе рассказать?

ж) – Я многое тебе могу рассказать, но не знаю, что интересно.

– Ну про школу хоть...

и) – Сколько раз вы встречались с ним?

– Ну... раз пять, не больше.

к) – Что, что ты только что сказала? Я не расслышала.

– Ну... в общем, короче, ты есть хочешь?

л) – Почему ты назвала его негодяем?

– Ну, в общем, это всё как-то мне не нравится.

м) – Ты когда поедешь в Москву?

– Ну, может быть в четверг. Ну, в четверг, а что?

н) – Ты можешь сказать толком, откуда у тебя мой мобильник?

– Ну, бабушка дала.

п) – Можно я пойду погуляю?

– Ну, иди.

р) – Ты напишешь ей письмо?

– Ну нет, никогда.

с) – Почему он не пришёл?

– Ну не мог он прийти.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ

4 ПРАГМАТИКА, ДИСКУРС И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

4.1 Прагматический аспект в дискурсе

Дискурс представляет собой явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением с одной стороны и фиксируемым текстом с другой.

Дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими, социокультурными, психологическими, экономическими, социально-политическими и другими факторами.

Дискурс включает паралингвистическое сопровождение речи (мимику, жесты), выполняющее следующие основные функции, диктуемые структурой дискурса: ритмическую («автодирижирование»), референтную, связывающую слова с предметной областью приложения языка (дейктические жесты), семантическую (ср. мимику и жесты, сопутствующие некоторым значениям), эмоционально-оценочную, функцию речевого воздействия на собеседника, т. е. иллокутивную силу (ср. жесты побуждения, убеждения). Дискурс изучается совместно с соответствующими «формами жизни» (ср. репортаж, интервью, экзаменационный диалог, инструктаж, светская беседа, признание и др.).

Одной своей стороной дискурс обращен к прагматической ситуации, которая привлекается для определения связности дискурса, его коммуникативной адекватности, для выяснения его импликаций и пресуппозиций, для его интерпретации. Другой своей стороной дискурс обращен к ментальным процессам участников коммуникации: этнографическим, психологическим и социокультурным правилам и стратегиям порождения и понимания речи в тех или других условиях, определяющих необходимый темп речи, степень ее связности, соотношение общего и конкретного, нового и известного и проч.

Суммируя различные понимания дискурса, М. Л. Макаров считает, что дискурс следует рассматривать с трех сторон: формальная, функциональная, ситуативная интерпретации. *Формальная интерпретация* – это понимание дискурса как образования выше уровня предложения. Речь идет о сверхфразовом единстве, сложном синтаксическом целом, выражаемом как абзац или ряд реплик в диалоге. *Функциональная интерпретация* – это понимание дискурса как ис-

пользование (употребление) языка, т. е. речи во всех ее разновидностях. *Ситуативная интерпретация дискурса* – это учет социально, психологически и культурно значимых условий и обстоятельства общения, т. е. поле прагмалингвистического исследования.

В дискурсе как когнитивном образовании выделяют три компонента, соответствующих обобщенной модели референтной ситуации, репрезентациям знаний о социальном контексте, с учетом которого осуществляется социальное взаимодействие посредством текстов, лингвистическим знаниям (схемам построения текста и семантико-синтаксическим структурам).

Основными признаками дискурса являются:

- *суммарность*: дискурс представляет собой сумму текстов;
- *общность темы*: все компоненты дискурса связаны между собой одной темой;
- *социальность*: понятие дискурса осмысливается как элемент социальной жизни общества, основной функцией которого является коммуникативная функция;
- *динамичность*: дискурс отражает развитие событий в пространственно-временных рамках. Эти тексты связаны одной тематикой и, в некоторой степени, продолжают и дополняют друг друга.

Дискурс может рассматриваться в **3 аспектах**:

- лингвистическом (с точки зрения языкового материала);
- социолингвистическом (с точки зрения участников общения);
- прагматическом (с точки зрения способа общения).

4.2 Авторитетность и авторство дискурса

Автор – субъект действия, основатель или создатель произведения (текста). Автор текста как языковая личность всегда стоит за самим текстом и выступает в роли представителя определенной социальной группы/социума, позиции и взгляды которой он выражает или защищает. Цель автора дискурса – изменение взглядов, намерений и установок адресата.

Автор текста прогнозирует в адресате определенный образ, на который он ориентируется и осуществляет выбор определенной тематической лексики, разговорных формул и клише, манеру и стиль общения.

Авторитет – способ влияния на адресата посредством выбора и реализации определенных дискурсивных стратегий и одновременно

является целью, а иногда и результатом воздействия адресата.

Дискурсивные маркеры авторитетности:

а) *прямая авторитетность*:

- ссылки на авторитет автора работы, общественное мнение, точку зрения признанных специалистов данной сферы науки;
- специфическое выражение авторского «я»;
- обезличенность изложения в сочетании с акцентированием внимания на достижениях автора (*косвенная/прямая авторитетность*);

б) *косвенная авторитетность*:

- привлечение внимания читателя при помощи оригинального названия, эпиграфа;
- широкое употребление сложной специальной терминологии данной области исследования;
- обращение соискателя к наглядным примерам, приведение статистических данных;
- систематизация информации, ее наглядное представление в формулах, графиках, таблицах;
- использование в текстах научного дискурса образности и иногда иронии.

4.3 Дискурсивное конструирование социального мира: социальные категории дискурса

Российский лингвист В. И. Карасик противопоставляет два вида дискурса:

- личностно-ориентированный (между коммуникантами, хорошо знающими друг друга и раскрывающими друг другу свой внутренний мир);
- статусно-ориентированный (между представителями одной социальной группы).

Личностно-ориентированный дискурс подразделяется на бытовой (обиходный) и бытийный.

Бытовое (обыденное, обиходное) *общение* является генетически исходным типом общения и содержит все признаки любого другого дискурса. Речь идет об очевидных вещах, используется *разговорная форма речи* (в основном, диалогическая).

Бытийный дискурс представляет собой художественное и фило-

софское отражение мира. Общение носит развернутый, предельно насыщенный смыслами характер, используются все формы речи на базе литературного языка; бытийное общение носит преимущественно *монологический характер* и представлено произведениями художественной литературы, философскими и психологическими текстами.

Применительно к современному социуму статусно-ориентированный дискурс подразделяется на: *политический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный* виды институционального дискурса.

Институциональный дискурс есть специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума.

Конститутивные признаки институционального дискурса включают:

- участников, условия, организацию, способы и материал общения;
- сферу общения и коммуникативную среду;
- мотивы, цели, стратегии, развертывание и членение общения;
- канал, режим, тональность, стиль и жанр общения;
- тексты с невербальными включениями.

В прагматическом аспекте противопоставляются такие виды общения, как серьезное – несерьезное (игровое, юмористическое), ритуальное – неритуальное, информативное – фасциативное (повышение воздействия информации на поведение), фатическое (речевые высказывания направлены на установление контакта с собеседником и не несут в себе никакой смысловой нагрузки) – нефатическое, прямое – не прямое.

К прагматическим типам дискурса относятся юмористический и ритуальный.

Юмористический дискурс представляет собой текст, погруженный в ситуацию смехового общения. Характерными признаками такой ситуации являются:

- коммуникативное намерение участников общения уйти от серьезного разговора;
- юмористическая тональность общения, т. е. стремление сократить дистанцию и критически переосмыслить в мягкой форме акту-

альные концепты;

– наличие определенных моделей смехового поведения, принятого в данной лингвокультуре.

Ритуал – это закрепленная традицией последовательность символически значимых действий. Ритуал представляет собой культурный текст, включающий элементы, которые принадлежат различным кодам: *акциональному* (последовательность определенных ритуальных действий), *реальному* или *предметному* (действия производятся с некоторыми обыденными или специально изготовленными ритуальными предметами), *вербальному* (содержит определенные словесные формулы), *персональному* (действия совершаются определенными исполнителями и могут быть адресованы определенным лицам или персонажам), *локативному* (действия приурочены к ритуально значимым элементам внутреннего и внешнего пространства), *темпоральному* (действия производятся в определенное время года, суток, до или после какого-либо события), *музыкальному* (в сочетании со словом или независимо от него), *изобразительному* (изобразительные символы ритуальных предметов, пищи, одежды, утвари и т. п.). Коммуникативные события, получающие ритуальный статус, являются *циклическими* (религиозные праздники, воинская присяга, посвящение в студенты, последний звонок, инаугурация президента и др.) и *спорадическими* (похороны, награждения, коллективные осуждения, защиты диссертаций, дипломов и др.).

Ритуальный дискурс может быть *клишированным* (например, текст воинской присяги; клятва, которую произносил свидетель в суде, обещавший «*говорить правду, только правду и ничего, кроме правды*»; формула, которую произносит жених, вручая невесте кольцо во время бракосочетания в Англии: “*With this ring I thee wed*” (*With this ring I marry you*)) и *неклишированным* (выступления перед студентами/учащимися, поздравления, соболезнования, извинения и проч.).

На современном этапе развития дискурса наблюдаются следующие тенденции:

– текстовая клишированность приводит к «выветриванию» *содержательной части знака*, к обмену специфическими идеограммами;

– в современной психологии говорят о «*синдроме стюардессы*», характерном для людей, поддерживающих общение с большим количеством партнеров;

- в информационном обмене резко возрастает роль гипертекста, позволяющего ускорить получение нужной информации;
- в специфических областях общения неизбежно развивается технолект, дополняемый жаргоном. Устная речь становится доминирующим способом общения;
- сокращение словаря, синтаксического инвентаря языка с одной стороны, и ускорение просторечного видоизменения языка с другой;
- динамика ценностно-маркированных речевых жанров в современном коммуникативном пространстве сводится к оппозициям лозунг – анекдот, басня – притча и пословица – афоризм;
- возрастает роль интерлингвистики: речь идет о языках международного общения;
- интернационализация технолектов является четко выраженной тенденцией развития функционального стиля науки и технологии. Все это ведет к тому, что тексты на родном языке будут преимущественно представлять эстетическую ценность.

Практические задания

1 Приведите примеры разных типов дискурса, выделите и проанализируйте их речевые характеристики и используемые в них речевые стратегии.

2 Определите тип дискурса и проанализируйте используемые в них речевые стратегии, речевые и языковые характеристики. Определите типы юмористических высказываний:

а) Изучать мир необходимо, интересно и полезно. Следует стремиться к раскрытию тайн природы. Следует систематизировать знания. Следует фиксировать результаты исследований. Следует подвергать сомнению... (ср. англ. *This paper deals with... It is devoted to... The research highlights/sums up... This paper discusses.../expresses the view that...*);

б) «Откройте тетради!», «Прочитайте текст!», «Садись, два!», «К доске пойдет...», «Где твой дневник?» – «Забыл дома» (*Will you read? You can do it.*);

в) «Кто тот джентльмен, с которым я видел тебя вчера вечером» – «Это был не джентльмен, а сенатор»;

г) «Мама, я ухожу в армию» – «Ладно, только не приходи домой

поздно»;

д) «Преступник, которого ведут на казнь в понедельник, говорит: “Неплохо начинается неделя!”»;

е) Медсестра: «У вас сильный кашель. Что вы принимаете от него?» – Пациент: «А вы что мне предложите?» (Буквально: *Make me an offer!* – Так часто говорят во время коммерческих сделок);

ж) «Какой рукой нужно помешивать кофе – левой или правой?» – «Нужно пользоваться ложкой»;

и) «Почему вырванный зуб похож на позабытую вещь?» – «Потому что из головы вон»;

к) «Первое, что поражает новичка в Нью-Йорке, – это наехавший на него автомобиль»;

л) “Our Father who art in heaven, Hallowed be Thy name.

Thy kingdom come. Thy will be done,

On earth as it is in heaven.

Give us this day our daily bread.

And forgive us our debts, as we also have forgiven our debtors.

And do not lead us into temptation, but deliver us from evil.

For Thine is the kingdom, and the power, and the glory, forever.

Amen”

м) “*And I said, ‘Who art Thou, Lord?’ And the Lord said, ‘I am Jesus whom you are persecuting.’*”;

н) A boy of five has become the first British child to undergo a revolutionary procedure to cure a brain tumour (опухоль мозга). But Alex Barnes had to travel to the U. S. to undergo proton therapy treatment, which is unavailable here;

п) The conference consisted of ten successive sessions devoted to important present-day problems in plant pathology and their possible solutions by chemical means;

р) The purpose of these activities is to introduce collaboration and prepare students for higher-level tasks they will compete as they advance in their English language learning;

с) The Cabinet meetings considered the hugely controversial issue of whether the invasion was legal under international war.

3 Попробуйте реконструировать «облик говорящего» и «облик адресата» на основе анализа лексической организации реплик диалога. Приведите аналогичный пример.

Разговор двух давно знакомых людей

А. – научный работник, 40 лет, москвичка. **Б.** – филолог, 65 лет, коренной ленинградец (Дмитрий Андреевич). (Елена Васильевна, москвичка, близкая знакомая **А.**, научный работник, 30 лет).

А. А вас вывозили / ле-етом куда-нибудь / так вот?

Б. В Финляндию, в Куоккалу.

А. Да?

Б. Интеллигенция в Куоккалу ездила.

А. Угу, на дачу?

Б. На дачу, да, но там общения с местным населением не было.

А. Не было.

Б. Ну, я правда играл там (*пауза*) так что счет финский я до сих пор помню.

А. С мальчиками, да?

Б. Да, с мальчиками, счет финский, какие-то игры...

А. Угу (*пауза*) интересно, да.

Б. Да э... занятный финский народ (был такой?)

5 РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ПРАГМАЛИНГВИСТИКЕ

5.1 Понятия теории речевого воздействия

Общение определяется как осознанный, целенаправленный информационный обмен между людьми, сопровождающийся индивидуализацией собеседников, установлением эмоционального контакта между ними и обратной связью.

Речевое воздействие определяется как воздействие человека на другого человека или группу людей при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели.

Вербальное (от латинского *verbum* – ‘слово’) речевое воздействие – это воздействие при помощи слов. При вербальном воздействии воздействующими средствами являются собственно языковые средства.

Невербальное воздействие – это воздействие при помощи несловесных средств, которые сопровождают нашу речь (жесты, мимика, поведение во время речи, внешность говорящего, дистанция до собеседника и др.).

5.2 Факторы речевого воздействия

Факторы речевого воздействия – это типы коммуникативных сигналов или приемов, используемых в речевом воздействии. Основные факторы речевого воздействия следующие: фактор внешности; фактор соблюдения коммуникативной нормы; фактор установления контакта с собеседником; фактор взгляда; фактор физического поведения во время речи (движение, жесты, позы); фактор манеры (дружелюбие, искренность, эмоциональность, немонотонность, воодушевление); фактор размещения в пространстве; фактор содержания; фактор языка; фактор объема сообщения; фактор расположения фактов и аргументов, идей; фактор времени; фактор количества участников; фактор адресата.

Речевое воздействие охватывает *деловое общение, межличностное общение и рекламное воздействие*.

Задача речевого воздействия – изменить поведение или мнение собеседника (собеседников) в необходимом говорящему направлении.

нии.

Существуют следующие способы речевого воздействия на другого человека:

Доказывание. Доказывать – это значит приводить аргументы, подтверждающие правильность какого-либо тезиса, положения. Доказывание – это логический путь речевого воздействия, обращение к логике мышления человека (*во-первых, во-вторых, в-третьих и проч.*).

Убеждение. Убеждать – это вселять в собеседника уверенность в том, что истина доказана, что данное утверждение неоспоримо. В убеждении используется и логика, и эмоции, и эмоциональное давление (*Во-первых... Поверь так оно и есть! Это действительно так! Я это точно знаю! И другие так думают и т. д.*).

Уговаривание. Уговаривать – это преимущественно эмоционально побеждать собеседника отказаться от его точки зрения и принять вашу. Уговаривание всегда очень эмоционально, интенсивно. В нем используются личные мотивы, оно основано обычно на многократном повторе просьбы или предложения: *«Ну, пожалуйста, ну сделай это для меня... ну что тебе стоит... я тебе буду очень благодарен... я тебе тоже сделаю такое одолжение, если ты попросишь когда-нибудь... ну что тебе стоит...»*

Клянченье. Клянчить – это эмоционально просить, используя простой эмоциональный повтор просьбы.

Внушение. Внушать – это побуждать собеседника просто поверить вам, принять на веру то, что вы ему говорите – без обдумывания, без критического осмысления. Внушение основано на сильном психологическом и эмоциональном давлении, часто – на авторитете собеседника.

Приказ. Приказать – это побудить человека выполнить что-либо в силу его зависимого должностного, социального и т. п. положения относительно говорящего без какого-либо объяснения необходимости.

Просьба. Просить – это побуждать собеседника сделать что-либо в интересах говорящего, руководствуясь просто хорошим отношением к говорящему, откликаясь на его потребность.

8 *Принуждение.* Принудить – это значит заставить человека сделать что-либо против его воли. Принуждение основывается обычно на грубом нажиме либо прямо на демонстрации грубой силы, угро-

зах: «*Кошелек или жизнь*».

Психологические приемы влияния на партнера:

- прием «Имя собственное». Обращайтесь к человеку по имени;
- прием «Зеркало отношений». Доброжелательное выражение лица настраивает на позитив;
- прием «Комплименты, похвала и знаки внимания»;
- прием «Личная жизнь». Рассказывая о своей личной жизни, человек невольно вызывает вас на откровенный разговор;
- прием «Терпеливый слушатель».

Эффективное речевое воздействие – это такое воздействие, которое позволяет говорящему достичь поставленной цели и сохранить баланс отношений с собеседником (коммуникативное равновесие), т. е. остаться с ним в нормальных отношениях, не поссориться.

Практические задания

1 Соотнесите языковые средства со способом речевого воздействия.

Убеждение, уговаривание, внушение, принуждение, приказ, доказывание.

а) Ну, пожалуйста, ну сделай это для меня... ну что тебе стоит... я тебе буду очень благодарен...;

б) Во-первых, я знаю, как это можно сделать, во-вторых, я уже использовал этот материал, в-третьих, знаю, что и другие им пользовались;

в) Ты должен это сделать, иначе будут плохие последствия;

г) Во-первых... Поверь так оно и есть! Это действительно так! Я это точно знаю! И другие так думают;

д) Только ты можешь выполнить эту работу. Ты такой сообразительный;

е) Я тебе тоже сделаю такое одолжение, если ты попросишь когда-нибудь... ну что тебе стоит...;

ж) Иди и делай то, что я тебе сказал.

2 В следующих ситуациях постарайтесь изменить поведение или мнение собеседника в необходимом направлении, используя различные способы воздействия.

а) убедите своего собеседника провести свой отпуск на природе в родном городе и не ехать куда-то в жаркие страны;

б) уговорите своего партнера заключить с вами договор на реализацию предложенного вами проекта.

3 Посмотрите несколько блоков телевизионной рекламы. Какая информация и в какой форме там закодирована? Проанализируйте рекламу западных товаров на белорусском и российском телевидении и определите способы и приемы речевого и неречевого воздействия на человека.

6 МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ПРАГМАТИКА

6.1 Интерференция и межкультурная прагматика

В межкультурном взаимодействии проявляются различия в коммуникативном поведении представителей разных культур. В реальном межкультурном общении сказанное может быть понято двусмысленно из-за различий между языками (лингвистическими, паралингвистическими, социокультурными), вследствие чего восприятие и смысл одного и того же контекста в процессе общения может быть разным. Как считает Б. Уорф, в различных языках люди воспринимают действительность по-своему, и эта воспринимаемая реальность является «относительной» к языку воспринимающего, что обуславливает более или менее правильную оценку ситуации.

В межкультурном общении говорящий ложно полагает, что его партнер по общению понимает, размышляет и делает выводы и умозаключения, аналогичные его выводам и умозаключениям. Это приводит к неправильной оценке других людей, их вербального и невербального поведения, ошибочным выводам и заключениям, т. е. к *культурно-прагматической интерференции*. Суть этой интерференции заключается в том, что носитель языка неправильно воспринимает и интерпретирует не только факты, явления и события иной культуры, но и, что самое важное, коммуникативное поведение своего собеседника, а именно: воспринимает и оценивает личность собеседника с позиций своей культуры, своих стереотипов коммуникативного поведения и переносит их на чужую культуру. В результате происходит перенос усвоенных на родном языке навыков общения и поведения на иностранный. Это приводит не только к неверной интерпретации речевого высказывания, поведения партнера по общению, но и, соответственно, к непониманию и неадекватной реакции на иноязычное высказывание, и даже порой к недоразумению и парадоксам.

Межкультурная прагматика занимается изучением того, как представители разных культур воспринимают, понимают и интерпретируют речевое высказывание, какие коммуникативные стратегии используют в различных коммуникативных ситуациях и какими вербальными и невербальными средствами репрезентируются эти стратегии в идентичных ситуациях в разных культурах.

Межкультурный аспект лингвопрагматических исследований, та-

ким образом, является частью межкультурных исследований и ставит задачу изучения разных типов речевых актов, их прагматического значения в разных культурах (например, реализация категории вежливости в разных языках), сходств и различий коммуникативных стратегий и их языкового выражения в разных культурах.

6.2 Понятие прагматической компетенции

В межкультурном общении прагматический аспект составляют не только знания об определенных правилах поведения, принятых в иной культуре, об этно- и социокультурном стереотипе носителей языка, их национально-психологических характеристиках и коммуникативных стратегиях, специфических для конкретных социокультурных ситуаций, а главным образом, умения пользоваться этими знаниями и соответствующими коммуникативными стратегиями в процессе моделирования своего коммуникативного поведения уместного и адекватного для данной ситуации, и направленными на регулирование взаимоотношений в общении, а также оказания воздействия на сознание собеседника с целью изменения его мнения или отношения к определенным фактам, явлениям, событиям. Все это составляет суть прагматической компетенции.

Таким образом, *прагматическая компетенция* предполагает умение извлечь культурно-специфическую информацию из речевых сообщений, готовность правильно определить свое место в инокультурном социуме, умение ориентироваться в социальных маркерах аутентичной языковой среды и социокультурных характеристиках людей и адаптироваться к иноязычной среде, следуя канонам вежливости и стереотипам речевого поведения, общепринятым в инокультурной среде.

Практические задания

1 Выберите вариант ответа, проанализируйте коммуникативное поведение представителей других культур в указанных ситуациях. Попытайтесь спрогнозировать поведение представителей других культур и их реакцию в подобных ситуациях.

a) In a foreign city you are a passenger on a bus crowded with many people. You have to get off at the next stop. You signal the bus driver, and

he slows the bus down, but doesn't stop. You jump off while the bus is still moving past your stop.

a) You are puzzled and resolve to watch other people getting off buses to see how they signal the driver to stop.

b) You shrug your shoulders and walk away.

c) You become angry at the bus driver and yell a few foul words at the bus as it departs.

б) The oldest son of a local family invites you to his home to meet the rest of the family. Another guest, an elderly national, arrives at the same time as you do. You both enter the room where the family is waiting. The other guest greets the grandfather, then the father, and finally the son. It is now your turn to introduce yourself.

a) You greet your host and hope he will introduce you to the rest of the family and the guest.

b) You hesitate, then turn and greet the family in the same order as you saw the guest do.

c) You notice that the other guest greeted the grandfather and father first, but you assume they have met before. You greet your host first.

в) You are in Athens and need to change some dollars to drachmae. You enter a store and show a twenty-dollar bill to the cashier and she jerks her head up and down as if (in your opinion) to say "OK". You hand her the twenty. She looks puzzled and hands the money back.

a) You figure that she doesn't like Americans/Russians, give her a dirty look, and leave.

b) You give her the twenty back again and add 50 cents for a tip.

c) You find an English-speaking Greek to help you out of your dilemma.

г) You've invited your foreign friend with his family to your home for dinner. The food is prepared and ready by 7.30, but your guests don't arrive until 9.30. Your food is burned to a crisp.

a) You don't say anything, but serve your guests their plate of burned food, thinking this will teach them not to be late.

b) You are angry and tell your guests how rude they have been to you.

c) You offer refreshments, suggesting that you all go out to your favorite restaurant. You tell them that you ruined the meal, and you're very sorry.

д) You want to take a picture of a child. You take out your camera, but just as you are about to shoot, an old man rushes over and starts shouting at you.

а) You hesitate and decide not to photograph that child, but you look around for another subject.

б) You are aware that the old man does not want you to take the photo. You can't understand why, but you apologize and put your camera away.

в) You wait until you think the man can't see you, then snap the picture anyway.

е) You are a tourist visiting a holy temple and notice shoes lined up outside the door.

а) You walk into the temple with your shoes on because it seems silly to you to take them off.

б) You take off your shoes as you've seen others do and walk into the temple.

в) You hesitate as you are about to enter, then decide not to go in because you don't want to take your shoes off.

ж) You ask directions haltingly in a foreign language; the person you ask directs you to the wrong place.

а) You decide that from now on it would be wise to ask two or three people for directions.

б) You get very angry and assume that the man gave you the wrong directions on purpose. You resolve to avoid nationals for future advice.

в) When you end up at the wrong place, you assume that you asked the question incorrectly or you misunderstood when the man answered you. You decide to ask directions from someone who can speak English from now on.

2 Скажите, как вы отреагируете в следующих ситуациях.

а) на день рождения вам дарят подарок. Вы открываете пакет и видите голубой свитер;

б) вы нашли другую работу и решили уволиться с прежней. Ваша коллега в офисе говорит, что она организовала для вас прощальную вечеринку;

в) в ресторане за столом ваш друг говорит вам, что у вас что-то на лице. Вы спрашиваете, где именно. Он говорит, где. Вы вытираете лицо и спрашиваете его, вытерли вы или нет. Ваш друг говорит, что да, вы вытерли.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ

ЛИТЕРАТУРА

1. Апресян, Ю. Д. Прагматическая информация для толкового словаря / Ю. Д. Апресян // Прагматика и проблемы интенциональности. – М. : Наука, 1988. – С. 7–44.
2. Вахтель, Н. М. Основы прагмалингвистики / Н. М. Вахтель. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр Воронежского гос. ун-та, 2008. – 33 с.
3. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Москва : Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 217–237.
4. Григорьева, В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты : монография / В. С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
5. Земская, Е. А. Язык как деятельность. Морфема. Слово. Речь / Е. А. Земская. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 688 с.
6. Зализняк, А. А. Многозначность в языке и способы ее представления / А. А. Зализняк. – М. : Языки славянских культур, 2006. – 673 с.
7. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Изд. 4-е, стереотипное. – М. : КомКнига: URSS, 2006. – 284 с.
8. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Изд. торговый дом «Гнозис», 2004. – 389 с.
9. Картушина, Е. А. Межкультурная и межъязыковая прагматика и многоязычие: соотношение теорий и методологии / Е. А. Картушина // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». – 2018. – № 2. – С. 28–33.
10. Норман, Б. Ю. Лингвистическая прагматика (на материале русского и других славянских языков) : курс лекций / Б. Ю. Норман. – Минск : БГУ, 2009. – 183 с.
11. Попова, З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во «Истоки», 2003. – 59 с.
12. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2001. – 227 с.
13. Формановская, Н. И. Речевой этикет и культура общения /

Н. И. Формановская. – М. : Высшая школа, 1989. – 159 с.

14. Brown, R. Politeness: Some Universals in Language Usage / R. Brown, S. Levinson. – Cambridge, 1987. – 345 p.

15. Grice, H. P. Utterer's Meaning, Sentence Meaning and Word Meaning / H. P. Grice // Foundations of Language 4, 1968. – P. 225–242.

16. Kasper, G. Interlanguage Pragmatics / G. Kasper. – New York : Oxford University Press, 1993. – 253 p.

17. Leech, G. N. Principles of pragmatics, L. / G. N. Leech – N. Y., 1983. – 250 p.

Производственно-практическое издание

Богатикова Людмила Ивановна

**ПРАГМАТИКА
КОНВЕНЦИИ И ПРАВИЛА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ**

Практическое пособие

Редактор А. А. Банчук
Корректор В. В. Калугина

Подписано в печать 26.01.2023. Формат 60x84 1/16.

Бумага офсетная. Ризография.

Усл. печ. л. 2,8. Уч.-изд. л. 3,1.

Тираж 10 экз. Заказ 41.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования

«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1452 от 17.04.2017.

Специальное разрешение (лицензия) № 02330 / 450 от 18.12.2013.

Ул. Советская, 104, 246028, Гомель.

Л. И. БОГАТИКОВА

**ПРАГМАТИКА
КОНВЕНЦИИ И ПРАВИЛА
РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ**

Гомель
2023