

Тема 3. Язык и коммуникация

1. **Функции языка и речи
(самостоятельно)**
2. Принципы речевого общения
3. Теория речевых актов
4. Причины коммуникативных неудач

1. Функции языка и речи: что нужно знать

- **Классификации К.Бюлера, Р. Якобсона, Н.Б.Мечковской**
- **Различие функций языка и речи**

1. Коммуникативная
2. Познавательная
3. Регулятивная
4. Эмоционально-экспрессивная
5. Фатическая
6. Метаязыковая
7. Эстетическая
8. Этническая
9. Магическая

- Коммуникативная и познавательная – функции языка, остальные – функции речи.

Статьи К. Бюлера и Р.Якобсона (семинар № 3).

Мечковская Н.Б., Плотников Б.А., Супрун А.Е.
Общее языкознание: Сущность и история
языка.

или:

Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика.

2. Принципы речевого общения – факторы, регулирующие общение и обеспечивающие его эффективность

- принцип кооперации
- принцип вежливости
- принцип сохранения имиджа
- Постулаты Грайса:
главная цель речевой коммуникации -
максимально эффективная передача
информации.

Принцип кооперации Герберта Пола Грайса (1913-1988):

Исходит из наличия имплицатуры дискурса: то, что слушающий может понять, от того **как** что-то сказано, а не от того, **что** сказано.

Формулирует принцип кооперации:

- «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель этого диалога».

Диалог – это совместная деятельность участников. Соблюдение принципа кооперации обеспечивают четыре категории (максимы).

- **Категория *Количества*** - количество передаваемой информации:

1. Высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для достижения текущих целей диалога).
2. Высказывание должно содержать не больше информации, чем требуется.

- **Категория *Качества*:**

общий постулат «Старайся, чтобы твое высказывание было ИСТИННЫМ».

Для этого:

1. Не говори того, что считаешь ложным.
2. Не говори того, для чего нет достаточных оснований.

- **Категория *Отношения*** - постулат релевантности:

Не отклоняйся от темы.

- **Категория *Способа*** - не содержание, а форма сообщения.

Один общий постулат — «Выражайся ясно»
и несколько частных постулатов:

1. Избегай непонятных выражений.
2. Избегай неоднозначности.
3. Будь краток (избегай ненужного многословия).
4. Будь организован (логичен).

Принципы кооперации могут нарушаться (в разговорной речи, рекламе, политике, публицистике и т.д.).

Импликатура – это небуквальные аспекты значения и смысла, которые не определяются непосредственно конвенциональной структурой языковых выражений (языковым кодом), то, что подразумевается, на что намекается.

Пример:

Экспликатура: Сегодня холодно.

Импликатура: Не ходи на улицу/Оденься потеплее.

- 2 типа имплицатур:

1. Конвенциональные – строятся на значении отдельных слов.

2. Речевые - результат взаимодействия семантики текста с особенностями речевой ситуации и ее участников.

Конвенциональные импликатуры:

Джон англичанин, следовательно, он джентельмен.

Импликатура: говорящий считает, что все англичане джентельмены.

Учительница разговаривала с Кариной, занудой.

Импликатура: говорящий считает, что Карина зануда.

Признаки конвенциональных импликатур:

непогашаемость, невычисляемость,
конвенционализированность

Непогашаемость: нельзя отменить при помощи последующих высказываний: **Джон англичанин, следовательно, он джентельмен. Но англичане – не джентельмены.*

Невычисляемость: нельзя обосновать с помощью ни одной из максим.

Конвенционализированность: говорящий вкладывает в компонент *англичанин* компонент *джентельменство*.

Речевое воздействие на адресата

1. В отличие от эксплицитно поданной информации (т. е. в явном виде), имплицатуры действуют в обход аналитических процедур обработки информации, поэтому адресат не склонен подвергать эту информацию оценке, он принимает ее такой, какая она есть.
2. Адресат сам выводит эту информацию, а не получает ее в готовом виде, и поэтому, как правило не ищет ей подтверждения в тексте.

Использование конвенциональных импликатур в рекламе

Почему большинство использует мобильную связь МТС?

Импликатура: «Большинство использует мобильную связь МТС», в тексте ничем не подтверждена.

Вы все еще не купили акции Комтел?

Импликатура: «Вы собираетесь купить акции Комтел».

Соус кетчуп стал еще лучше.

Импликатура: «Он и раньше был хорошего качества».

Речевая импликатура: не зависит от значения слова.

Пример:

А. Как дела у твоего мужа?

В. Хорошо, ему уже повысили зарплату.

Импликатура: В думает, что когда А спрашивает о делах мужа, подразумевается возможность повышения зарплаты.

Признаки речевых импликатур:

Погашаемость: импликатура может быть отменена последующими высказываниями.

Вычисляемость: импликатуру можно обосновать с помощью хотя бы одной из максим.

Неконвенционализированность: импликатура не вызывается с помощью употребления какого-либо определенного выражения.

Примеры речевых импликатур в рекламе:

- *Чтобы глаз наслаждался не уставая.* (реклама телевизора Филлипс с ситемой Matchline)

Импликатура: другие телевизоры утомляют глаза.

- *У вас на кухне два крана. В одном водопроводная вода, а в другом вода, прошедшая очистку по американской системе... именно ее вы используете для питья и приготовления еды. Мы хотим, что бы Вы жили долго. Экологическая программа АКВАЛАЙФ. НПО „Альтернатива“.*

Импликатура: предлагаются два сегмента информации, между которыми согласно постулату релевантности адресат должен установить связь следующие: использование очищенной воды и долгая жизнь.

Реклама бигмака (Макдоналдс):

«Скажи, что снимал котенка с дерева»

- **Принцип вежливости Джеффри Лича** (р. 1936 г.):

для гармонизации речевого общения необходимо придерживаться максимум (постулатов) вежливости.

- Эмоциональная окраска диалога должна быть положительной.

- 1) **Максима такта:** при оформлении высказывания необходимо уменьшать затраты слушающего и увеличивать его выгоду.
- 2) **Максима великодушия:** уменьшать выгоду говорящего и увеличивать его затраты.
- 3) **Максима одобрения:** уменьшать критику слушающего и увеличивать его похвалу.
- 4) **Максима скромности:** уменьшать похвалу говорящего и увеличивать его критику.
- 5) **Максима согласия:** уменьшать разногласия и увеличивать общность точек зрения.
- 6) **Максима симпатии:** уменьшать антипатию и увеличивать симпатию.

- **Принцип сохранения имиджа**
Стивена Левинсона и Пенелопы Браун:

вербальная поддержка имиджа партнера
по общению.

- В основе теории - понятие «лица» (имиджа) - самоуважения человека.
- Два основных желания, связанных с самоуважением (сохранением лица):
 - 1) получать одобрение и поддержку, стремиться к сближению и солидарности (позитивная часть имиджа).
 - 2) не испытывать помех в своих действиях, сохранять дистанцию и независимость (негативная часть имиджа).

- Все речевые действия, поддерживающие обе части имиджа, - в трех типовых стратегиях:
 - 1) прямое выражение смысла без смягчающих средств
 - 2) вуалирование смысла (метафора, ирония, намек)
 - 3) вежливое выражение смысла (позитивная и негативная вежливость).

- **Позитивная вежливость –**

вербальная поддержка позитивной части имиджа:

дружеское отношение, подчеркивание общности, согласия между коммуникантами; выражение уважения к потребности людей в том, чтобы их ценили и понимали.

- **Негативная вежливость –**

вербальная поддержка негативной части имиджа:

уважение независимости, предоставление свободы действий, подчеркивание дистанции между коммуникантами. подчеркивание права собеседника на выбор в той или иной ситуации, применяя, например, фразы типа «если не возражаете» или «если Вас не затруднит»;

- Речевое поведение, поддерживающее позитивную составляющую имиджа собеседника:
 - 1) проявление внимания, интереса к адресату, учет его желаний;
 - 2) эмоциональная эмфаза;
 - 3) создание внутригрупповой идентичности, «общей территории»;
 - 4) стремление к согласию и избегание несогласия;
 - 5) шутки и юмор;
 - 6) предложения и обещания;
 - 7) выражение оптимизма в просьбе;
 - 8) подчеркивание сотрудничества, утверждение взаимности обязательств;
 - 9) вовлечение слушающего в деятельность.

- Речевое поведение, поддерживающее негативную составляющую имиджа собеседника:
 - 1) косвенные речевые акты, смягчающая модальность высказывания;
 - 2) выражение пессимизма в просьбе;
 - 3) готовность извиниться в связи с просьбой;
 - 4) проявление уважения: принижение себя и возвышение адресата;
 - 5) имперсонализация участников общения;
 - 6) генерализация и номинализация.

- Речевое поведение, угрожающее позитивной составляющей имиджа собеседника:

1) отрицательная оценка поступков или мнений:

- возражение, неодобрение и критика;
- презрение и насмешка;
- жалоба, обвинение и оскорбление;

2) игнорирование достоинства:

- выражение бесконтрольных эмоций;
- использование табуированных тем;
- явное невнимание;
- неправильное обращение.

- Речевое поведение, угрожающее негативной составляющей имиджа собеседника:

1) предопределение будущего действия:

приказы и просьбы;

советы и напоминания;

угрозы и предупреждения.

2) вовлечение в долг:

предложения и обещания;

3) желание что-либо получить в будущем:

комплименты и восхищение;

зависть;

гнев.

3. Теория речевых актов

Английский философ Джон Остин (1911-1960):

- понятие речевого акта и три его составляющие,
- свойство перформативности и перформативные высказывания,
- классификация речевых актов.

Джон Серль – американский философ (р. 1932) и ученик Остина:

- классификация речевых актов,
- правила, управляющие речевым актом, и механизмы передачи намерения от говорящего к слушающему,
- понятие косвенного речевого акта.

- Дж. Остин:

предложения могут не только описывать положение вещей.

- Мы используем их, чтобы отдавать приказы, приносить извинения, давать обещания, приветствовать и т.д.
- Мы используем язык для совершения разнообразных действий.

- Дж. Серль:

основная функция языка –

не описание объектов действительности, а
осуществление целенаправленных действий.

- Джон Остин:

речевой акт – это производство предложения в
условиях реальной коммуникации, т.е.
целенаправленное речевое действие.

Речевой акт — отдельный акт речи, в нормальных случаях представляет собой двусторонний процесс порождения текста, охватывающий говорение и протекающие параллельно и одновременно слуховое восприятие и понимание услышанного. При письменном общении речевой акт охватывает соответственно писание и чтение (зрительное восприятие и понимание) написанного, причём участники общения могут быть отдалены друг от друга во времени и пространстве.

- Три аспекта РА – локутивный, иллокутивный, перлокутивный.
- **Локуция** – порождение высказывания:
 - произнести членораздельные звуки,
 - построить высказывание из слов данного языка по правилам грамматики,
 - снабдить высказывание смыслом, т.е. соотнести его с действительностью.
- Иллокуция – намерение говорящего. Основной объект исследования.
- **Иллокуция** - коммуникативная направленность высказывания, важнейшая характеристика РА.
- **Перлокуция** – результат высказывания:
 - воздействие на мысли и поведение адресата (убеждение, принуждение, удивление),
 - создание новой ситуации (заключение брака, увольнение).
- Этот аспект – за пределами лингвистики.

- Формула для определения иллокутивной составляющей:

говоря X, я делал Y.

*Говоря, что застрелю его, я ему **угрожал**.*

- Формула для определения перлокутивной составляющей:

сказав X, я сделал Y.

*Сказав, что я застрелю его, я его **напугал**.*

- **Перформатив** (перформативное высказывание):

высказывание, равное действию (присяга, клятва).

- Свойство перформативности – у глаголов в форме изъяв. накл., действ. залог, наст. вр., 1-го лица.
- *обещаю, благодарю, сожалею, возражаю, приказываю.*

- Перформативные высказывания не оцениваются как истинные / ложные.

я прошу прощения– он просил прощения

- Они оцениваются как успешные / неуспешные.

- **Классификация речевых актов Джона Остина:**

разные перформативные глаголы -
разные иллокутивные силы.

В результате – 5 классов глаголов и соответствующих РА.

1. **Вердиктивы:** решения относительно фактов (оценка, одобрение).

Оправдывать, оценивать.

2. **Экзерситивы:** принятие решения в пользу или против чего-либо.

Назначать, приказывать.

3. **Комиссивы:** обязательства для говорящего.

Обещать, гарантировать.

4. **Бехабитивы:** реакция на поведение людей и события.

Извиняться, благодарить.

5. **Экспозитивы:** место высказывания в коммуникации.

Подтверждать, отвечать.

- **Классификация речевых актов Джона Серля (статья Дж.Серля «Классификация иллокутивных актов»).**
- В структуре РА:
 - 1) пропозиция – содержание,
 - 2) иллокуция – намерение говорящего.
- В речевом акте –
 - показатель пропозиции **p**,
 - показатель иллокутивной функции **f**.

- Понимание речевого акта – опознание иллокутивной функции:

что имел в виду говорящий, когда произнес данное высказывание?

Я приеду завтра.

Я хочу посмотреть ваш отчет.

- Иллокутивная функция должна быть выражена так, чтобы адресат мог ее опознать.
- Существуют конвенциональные языковые показатели выражения различных намерений.
- РА подчиняются принципам общения, принятым в данном обществе.

- Неконвенциональное использование языка – намерение говорящего не может быть распознано слушающим.
- Бессмысленно просить контролера проверить билеты.
- Скажите "здесь холодно", имея в виду "здесь тепло".
- Идет дождь, но я так не считаю.

- 1. Репрезентативы** (ассертивы): описывают мир. Оцениваются как истинные /ложные. Приспособление слов к реальности. Убеждение. (Сообщения, объявления, предсказания.)
- 2. Директивы:** позволяют добиться от адресата совершения чего-либо. Приспособление реальности к словам. Желание. (Вопросы, приказы, просьбы, советы, мольбы.)
- 3. Комиссивы:** возлагают обязательства на говорящего. Приспособление реальности к словам. Намерение. (Обещания, обязательства, гарантии, клятвы.)

4. Экспрессивы:

выражают эмоциональное состояние относительно ситуации общения (формулы этикета).

Не имеют направления приспособления. Разные психологические состояния.

Поздравления, благодарности, извинения, приветствия, прощания.

5. Декларации:

устанавливают соответствие между содержанием высказывания и реальностью (изменяют реальность).

Оба направления приспособления.

Не выражают психологического состояния.

Назначение на должность, присвоение званий и имен, вынесение приговора, уход в отставку, увольнение, завещание.

- **Косвенные речевые акты:**

- отсутствуют языковые показатели соответствующей им иллокутивной силы
- возможно, присутствуют показатели другой иллокутивной силы.

Требуют от адресата логической процедуры (вывода) для опознания намерения говорящего.

Некоторые косвенные РА конвенциональны.

- *Простите, у вас нет часов?*
- *Вы не могли бы передать соль?*
- *Я хочу поздравить тебя с днем рождения.*
- *Могу ли я пригласить вас на танец?*
- *Я хотел бы побыть один.*
- *Не могли бы вы задержаться на минуту?*
- *Ты не одолжишь мне денег?*
- *Магазин закрывается через 10 минут.*
- *У нас не курят.*

- Используя косвенные РА, говорящий рассчитывает на знание адресатом:
 - языка;
 - принципов общения;
 - ситуации и контекста.

4. Причины коммуникативных неудач: что нужно знать.

- Коммуникативная неудача –

РА, при котором намерение говорящего было не понято (неправильно понято) или проигнорировано адресатом.

- Первая классификация КН – Дж.Остин (неправильное использование перформативов).

Условия успешности перформативов:

- нарушения правил 1-4 – осечки;
- нарушения правил 5-6 – злоупотребления (неискренность участников ситуации).

- Классификация О.П.Ермаковой и Е.А. Земской.

В основе – типология причин возникновения КН.

Три основных класса КН:

- порождаемые устройством языка,
- порождаемые различиями (физическими и психическими) собеседников,
- порождаемые прагматическими факторами, т. е. неадекватной интерпретацией намерения говорящего.