

ВЕЖЛИВОСТЬ КАК КАТЕГОРИЯ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ

Романова А.В.

Научный руководитель: Бондарчук Е.М.

*Россия, г. Самара,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева*

***Аннотация.** Данная статья рассматривает вежливость как речеповеденческую категорию, связанную с достижением положительного коммуникативного эффекта. В статье присутствует сравнительное изучение трех позиций построения вежливости: зарубежных ученых Г.П. Грайса, Дж.Лича и отечественного – В.И. Карасика. В целях выяснения осведомленности у студентов относительно вежливости как инструмента эффективной коммуникации был проведен опрос. На основе теоретических и практических данных, связанных с категорией вежливости, делается вывод о ее значении для успешной деловой коммуникации.*

***Ключевые слова:** речевое поведение, вежливость, максимы.*

Правила вежливости охватывают все сферы жизни, но имеют повышенную функциональность в деловом взаимодействии на этапе знакомства, установления контакта, поддержания и завершения разговора. Общение с вежливым человеком неизменно вызывает положительные эмоции. Вежливость может быть врожденным качеством, результатом воспитания или самовоспитания. Последнее предполагает процесс самосовершенствования личности и в связи с этим представляет для нас особенный интерес. Вежливости можно научиться, включив этот аспект в программу общего улучшения собственного имиджа. Для этого требуется теоретическое изучение правил этикета и активное их применение в повседневной практике.

Итак, вежливость в самом общем понимании – это черта, которая характеризует личность, имеющую хорошие манеры, образованность и способность совершать добрые поступки.

Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена возрастанием значимости делового общения, которое осуществляется в условиях мультикультурализма, формированием новых требований к качеству процесса коммуникации, направленного на достижение взаимопонимания между разными его участниками, потребностью в решении вопросов практического регулирования межличностного вербального общения, необходимостью формирования навыков отбора языковых средств для реализации коммуникативных намерений. Объектом нашего исследования является вежливость как категория речевого общения.

Хорошо известно, что при коммуникации происходит не только обмен информацией, но также выявляется отношение собеседников друг к другу. Ка-

чество общения повышается, если участники речевой ситуации обладают хорошими манерами, если демонстрируют уважительность, тактичность, готовность пойти на компромисс. Этот комплекс качеств традиционно определяется понятием «вежливость».

Традиционно вежливость как предмет исследования в отечественной науке преимущественно связывают с культурой речи, речевым этикетом (В.Е. Гольдин, Н.И. Формановская, Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев и др.). Однако в конце XX века наметилась тенденция выделять вежливость в отдельную научную проблему, к которой проявляют интерес специалисты многих гуманитарных наук, таких как психология, этнопсихология, культурология, антропология, психолингвистика, социоллингвистика, прагматика, прикладная лингвистика, коммуникация и др., т.е. границы исследования существенно расширяются за счет выхода на междисциплинарный уровень.

Ряд ученых – П. Грайс, Дж. Лич, В.И. Карасик – рассматривают «вежливость» как один из ведущих факторов эффективности речевого общения.

Принцип вежливости Дж. Лича (1983, «Принципы прагматики») относится к речевому этикету и представляет собой совокупность максимумов, соблюдение которых создает пространство вежливости. С нашей точки зрения, шесть максимумов формируют три оси координат пространства вежливости. Ось X: *максима такта*, связанная с соблюдением границ личной сферы участников коммуникации, сочетается с *максимой согласия*, которая настаивает на отказе от оппозиционности и конфликта во имя решения более серьезной задачи – сохранения взаимодействия. Ось Y: *максима скромности*, утверждающая отказ от чрезмерных похвал в свой адрес в целях сохранения реалистичной и объективной самооценки, коррелирует с *максимой великодушия*, в контексте которой успешный коммуникативный акт не должен быть дискомфортным для участников общения. Ось Z: *максима одобрения*, предполагающая позитивность в оценке других, резонирует с *максимой симпатии*, основанной на позиции благожелательности, создающей благоприятный фон для перспективного предметного разговора.

Дж.Лич занимался изучением интеракционного общения, целью которого является установление и поддержание межличностного контакта, достижение взаимопонимания, гармонии в общении.

Г.П. Грайс в работе «Логика и речевое общение» (1975 г.) утверждает, что речевая коммуникация должна строиться на принципе кооперации, предполагающем готовность собеседников действовать в соответствии с избранной целью и направлением разговора. Успешность кооперации (т.е. сотрудничества) определяется умением работать с информацией. Одним из критериев, по Г.П. Грайсу, является постулат количества (полноты) информации, согласно которому информации в высказывании не должно быть меньше, чем требуется, и не должно быть больше, чем требуется для эффективной работы. «Недостаточная информация может замедлить и затруднить достижение текущих целей общения; излишняя же информация иногда вводит в заблуждение, вызывает не относящиеся к делу вопросы и соображения; слушающий может ошибочно предположить наличие какого-то особого смысла в высказываниях участников

коммуникации» [4]. Второй критерий связан с качеством представляемой информации. Постулат качества требует отказа от сообщения ложных сведений, а также суждений и выводов, для которых у говорящего нет достаточных оснований. Постулат отношения указывает на релевантность информации, т.е. на соответствие высказывания предмету разговора. Постулат способа выражения утверждает необходимость ясного выражения мысли. Для этого говорящий должен избегать непонятных выражений, неоднозначности суждений, а также избыточности и неструктурированности высказываний.

Г.П. Грайс рассматривал общение как сотрудничество. Цель такого общения – ясно донести истинную информацию без отклонения от темы.

Отечественный ученый В.И. Карасик (1991 г., «Язык социального статуса») рассматривает нормы вежливости в плане соотношения выражаемой и подразумеваемой информации. В.И. Карасик выделяет четыре стороны проявления вежливости. В речевом общении всегда присутствует «то, что обязательно должно быть выражено (этикетные формулы общения и обмен информацией); то, что не обязательно должно быть сказано (дополнительные этикетные формулы, произносимые для смягчения категоричности и демонстрации уважения); то, о чем обязательно следует умолчать (табуированные темы и формы выражения); то, о чем не обязательно следует умолчать (не относящаяся к теме диалога информация)» [5].

Иначе говоря, существуют относительно жесткие и относительно свободные формулы вежливости. Степень жесткости или свободы зависит от ситуации общения: чем официальнее ситуация общения, чем более подчеркивается статус участников, тем более жесткими будут формулы общения, включая формулы вежливости.

Нормы вежливости привязаны также к каналам современного делового общения (телефонный разговор, телеграммы, общение через факсимильную связь или через Интернет), где они имеют свои особенности и правила.

В.И. Карасик определяет вежливость как оценку статуса человека. С его точки зрения, нет определенных правил, как нужно вести себя, чтобы быть вежливым, поскольку многое определяется ситуацией и статусом участников коммуникации.

Таким образом, основной целью использования категории вежливости в деловом взаимодействии является достижение максимального положительного коммуникативного эффекта.

Исследование осведомленности студентов третьего и четвертого курсов технического профиля обучения относительно понимания сути вежливого поведения, знания признаков и постулатов вежливости показало разброс мнений. Студенты третьего курса связывают вежливость с умением проявлять к собеседнику мягкость, благосклонность, соблюдать этикет и нормы морали, с уважением к личному пространству собеседника и с выражением толерантности. Вежливость прежде всего соединяется с хорошими манерами речи и поведения. На первое место в общении ставится симпатия. Для студентов 4 курса вежливость является результатом правильного воспитания, выражает уважение к окружающим, раскрывается в умении уделять полноценное внимание к собе-

седнику. И на первом месте в их представлении должны находиться такт и скромность. К основным признакам вежливости студенты в большинстве случаев отнесли тактичность, уважение, а также доброжелательность, умение слушать, воспитанность, внимательность.

Гостеприимство, открытость, доброжелательность и великодушие, с точки зрения студентов третьего курса, являются главными признаками русской вежливости. Для большинства студентов четвертого курса признаком русской вежливости является прежде всего тактичность. Другими критериями выступают уважение к собеседнику, дружелюбие, сдержанность, великодушие и красивая речь.

Вежливого человека от невежливого, по мнению студентов третьего курса, отличает манера общения и речи, отсутствие нецензурной лексики и оскорблений, тактичность. Студенты 4 курса отмечают, что вежливый человек отличается тактичностью, скромностью, способностью выслушать и хорошими манерами.

В целом представления о принципах вежливости у студентов 3 курса более размыты по сравнению с представлениями, имеющимися у студентов 4 курса, что может быть объяснено меньшим опытом деловой практики.

Реальное речевое общение далеко не всегда соответствует правилам вежливости: участники коммуникации бывают многословны; не обязательно говорят то, что думают; отклоняются от темы разговора; их речь бывает неясной, отрывочной. Однако эти нарушения не критичны, если они не разрушают кооперацию, взаимодействие продолжается и достигается определенный уровень понимания.

Необходимо отметить, что Г.П. Грайс не предписывает беспрекословно следовать постулатам и не претендует на то, что сформулированные им правила речевого общения являются исчерпывающими.

Дж. Лич разделяет речевые акты на вежливые (приветствия, комплименты, поздравления, благодарность) и невежливые по своей сути (приказы, критика, обвинения). Он дополняет принципы кооперации Г.П. Грайса и отмечает необходимость использования принципа вежливости в процессе коммуникации, так как, по его мнению, именно он является ведущим критерием этикетного речевого общения.

Если принцип кооперации Г.П. Грайса регулирует порядок совместного оперирования информацией, то принцип вежливости характеризует способ взаиморасположения говорящих в структуре диалога.

Постулаты Г.П. Грайса направлены на повышение эффективности и информативности и, как следствие, более подходят для делового, а не для повседневного общения, для которого чисто информативная речь является скорее исключением, чем правилом.

Все максимы Дж. Лича приводятся в понятиях этических норм поведения, а следовательно, и речевого поведения, однако их влияние на речепорождение и речевосприятие велико. Максимы и постулаты Дж. Лича и Г.П. Грайса представляют собой правила, т.е. определенные рамки, предназначенные для того, чтобы сделать диалог не только приятным, но и информативным. В.И. Карасик,

в отличие от Дж. Лича и Г.П. Грайса, дает практические рекомендации, как быть вежливым, исходя из параметров конкретной ситуации.

Библиографический список

1. Беляева Е.И. Принцип вежливости в речевом общении (способы оформления Декларативных высказываний в английской разговорной речи) // Иностранные языки в школе. 1985. №2. С. 12-16.
2. Васильева О.А. Реализация максим вежливости в английском и русском диалогах: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.20. Уфа, 2000. 158 с.
3. Власян Г.Р. Различные подходы к определению лингвистической вежливости // Вестник НВГУ. 2010. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razlichnye-podhody-k-opredeleniyu-lingvisticheskoy-vezhlivosti> (дата обращения: 16.12.2020).
4. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика / Общ. ред. Е.В. Падучевой. М., 1985. С. 222-237.
5. Карасик В.И. Язык социального статуса. М., 1991. 98 с.

COURTY AS A CATEGORY OF SPEECH COMMUNICATION

Romanova A.V.

Scientific adviser: Bondarchuk E.M.

Samara National Research University, Samara, Russia

Abstract. *This article considers politeness as a speech-behavioral category associated with the achievement of a positive communicative effect. The article contains a comparative study of three positions of building politeness: foreign scientists G.P. Grice, J. Leach and domestic – V.I. Karasik. In order to clarify the awareness of students regarding politeness as a tool for effective communication, a survey was conducted. Based on theoretical and practical data related to the category of politeness, a conclusion is made about its importance for successful business communication.*

Keywords: *speech behavior, politeness, maxims*