

О.Н. Ильина*

Санкт-Петербургский государственный университет

**ПОСТУЛАТЫ КОЛИЧЕСТВА П. ГРАЙСА,
ПРИЧИНЫ ИХ НАРУШЕНИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ**

O.N. Iljina

Saint-Petersburg State University

**GRICE'S QUANTITY MAXIMS,
QUANTITY ANTIMAXIMS, THEIR USAGE**

This article focuses on the functional use of quantity maxims, antimaxims and their application in the text. The terms referring to P. Grice's quantity markers are used to prove their influence upon the efficiency of the communicative strategies.

Эффективность речевого взаимодействия является одним из наиболее актуальных вопросов в современной прагмалингвистике. В свое время П. Грайс создал, казалось бы, универсальную модель эффективной коммуникации, структурируемую предложенным им принципом и постулатами кооперации. Формулируя принцип кооперации следующим образом: «Коммуникативный вклад собеседников на данном этапе диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель этого диалога» [5, р. 149], – П. Грайс исходит из того, что собеседники обладают общей целью в диалоге и осуществляют обмен информацией, чтобы достичь ее; соответственно, критерием определения эффективности коммуникации для него ока-

* © Ильина О.Н., 2010

зывается способность реализовать коммуникантами совместно избранную цель диалога. Концепция П. Грайса отражает логический подход к вопросу о диалогическом взаимодействии и в последнее время подвергается большой критике со стороны тех исследователей, которые придерживаются стратегического подхода к коммуникации и справедливо утверждают, что в конкретных ситуациях общения постулаты кооперации постоянно нарушаются, ибо цели говорящих могут быть очень различными, иногда прямо противоположными [1, 2, 3, 7, 8]. О.С. Иссерс, например, справедливо утверждает, что говорящие, руководствуясь желанием достичь своих целей, ставят во главу угла отнюдь не кооперацию, а победу своей стратегической линии [2, с. 70], и критерием эффективности коммуникации тогда является способность одного из коммуникантов оказывать воздействие на собеседника с целью убеждения последнего действовать в его интересах. Цель данной статьи – выяснить причины нарушения постулатов кооперации П. Грайса на примере случаев нарушения постулатов количества, а также определить функциональный потенциал последних в осуществлении стратегических линий «нарушителя».

П. Грайс формулирует постулаты количества следующим образом: «1. Информация должна быть предоставлена в достаточном количестве. 2. Информации не должно быть больше, чем нужно» [5, р. 149]. Следование постулатам количества экономит время, затрачиваемое собеседниками на решение их коммуникативных задач, а также позволяет интерпретировать сообщения друг друга за короткое время и в нужном ключе. Однако если применить теорию речевых стратегий к постулатам П. Грайса, то окажется, что следование им в рамках реального бытового диалога зачастую противоречит интересам собеседников, вследствие чего они и нарушаются. Вслед за А.А. Масленниковой мы предлагаем различать случаи ненамеренного нарушения постулатов П. Грайса, в результате чего создаются ошибки, и ненамеренного, при котором рождаются

скрытые смыслы [4, с. 25]. Случаи осознанного, намеренного нарушения постулатов количества П. Грайса, совершаемые говорящими, чтобы добиться желаемой цели в процессе речевого взаимодействия и способствующие созданию второго – скрытого уровня сообщения, мы будем называть в дальнейшем антипостулатами количества, которые могут быть сформулированы следующим образом:

1. Информацию необходимо предоставить в недостаточном количестве (меньше, чем запрашивается);
2. Информацию необходимо предоставить в большем количестве.

Д. Хинтикка во многих случаях нарушения постулатов П. Грайса абсолютно справедливо видит результат стратегического выбора говорящего [6, р. 432]. Значение постулатов П. Грайса, на наш взгляд, и заключается именно в том, что случаи их нарушения являются тактическими ходами, продиктованными стратегической необходимостью. Если использование категории количества тем образом, который рекомендует П. Грайс, вписывается в рамки избираемых коммуникантами стратегий, то они, стремясь к эффективности общения, будут следовать двум предложенным П. Грайсом постулатам количества. В обратном случае эта категория может использоваться коммуникантами в качестве антипостулатов количества, то есть противоположным предложенному им образом, и в этом смысле они оказываются функционально нагруженными. Однако соблюдение принципа кооперации, являющегося необходимым условием взаимодействия и в том, и в другом случаях, предполагает, что на каждом этапе диалога собеседники действуют в интересах друг друга, соответственно, говорящий не может пренебрегать абсолютно всеми постулатами П. Грайса, ибо такое речевое поведение окажется в итоге крайне неэффективным и грозит разрывом коммуникации. Использование антипостулатов количества, таким образом, должно происходить на фоне соблюдения принципа кооперации П. Грайса, предпо-

лагающего, что собеседники будут следовать другим постулатам диалогического взаимодействия, а именно – постулатам качества (необходимость сообщать истинную и достоверную информацию), способа (необходимость выражаться ясно, кратко, избегать неоднозначности и неясности в выражениях) и релевантности (необходимость придерживаться избранной темы разговора) [5, p. 149, 150]. Именно при таком условии использование антипостулатов количества оказывается возможным и значимым в реализации той или иной стратегии «нарушителя». Функциональный потенциал антипостулатов количества раскрывается в трех рассматриваемых нами ниже функциях, характерных для разных типов стратегий.

1. Функция самопрезентации адресанта

Антипостулаты количества могут использоваться в функции самопрезентации адресанта. По мнению О.С. Иссерс, коммуниканты в течение любого диалога помимо основной стратегической линии, обусловленной их непосредственными в конкретной речевой ситуации целями, также ведут вспомогательные стратегические линии вежливости и самопрезентации [2, с. 106], которые оптимизируют воздействие на адресата. Второй антипостулат количества, согласно которому собеседником *А* в диалог вводится дополнительная, не требуемая собеседником *Б* информация, является одним из способов эксплицирования стратегии самопрезентации. Данная функция в рамках этой стратегической линии помогает адресанту формировать о себе определенное мнение в глазах окружающих, так, как в приведенном ниже диалоге.

Praed..... Dear me! I'm so glad your mother hasn't spoiled you!
Vivie. How?

Praed. Well, in making you too conventional. You know, my dear Miss Warren, I am a born anarchist. I hate authority. It spoils the relations between parent and child; even between mother and daughter. Now I was always afraid that your mother would strain

her authority to make you very conventional. It's such a relief to find that she hasn't (1, p. 9).

Вводное предложение *you know* является формальным индикатором избыточности представленного последующего в диалоге содержания (*I am a born anarchist. I hate authority*), которое, однако, плавно вписывается в тему разговора. Антипостулат количества в данной ситуации позволяет создать второй уровень сообщения – информацию о жизненной позиции Преда, которая, на его взгляд, близка позиции Вивиан и которая, по его подтвердившемуся впоследствии предположению, будет способствовать их дальнейшему общению в направлении, выгодном для Преда.

Довольно часто второй антипостулат количества реализуется с целью «сохранения лица» говорящего как косвенное, не требуемое собеседником оправдание говорящим своих действий, и в этом смысле он тоже выполняет функцию самопрезентации, но в качестве ее более узкого проявления. Как правило, он работает на поддержание уже сформированного в глазах окружающих мнения о «нарушителе», как в предлагаемой ниже ситуации:

How on earth did you know that he was fond of birds?

It is the way these New York apartments are constructed, sir. Quite unlike our London houses. The partitions between the rooms are of the flimsiest nature. With no wish to overhear, I have sometimes heard Mr. Corcoran expressing himself with a generous strength on the subject I have mentioned (3, p. 34)

Достаточным ответом на поставленный вопрос является вторая часть высказывания Дживса *I have sometimes heard...* Однако благодаря использованному Дживсом второму антипостулату количества сообщение приобретает второй – имплицативный – уровень, смысл которого заключается в снятии с себя ответственности за подслушивание. Кроме того, антипостулат количества позволяет адресанту в данном и других подобных случаях избежать прямого оправдания своих действий, кото-

рое само по себе уже является априорным признанием собственной вины.

2. Функция сохранения принципа вежливости Д. Лича

Антипостулаты количества также могут использоваться в функции сохранения баланса между истинными чувствами говорящего и необходимостью оставаться в рамках цивилизованного вежливого общения, и, следовательно, они являются тактическими ходами, способствующими осуществлению вспомогательной стратегии вежливости. Принцип и постулаты вежливости, описанные Д. Личем, диктуют необходимость не только контролировать эмоции и сдерживаться от грубых выражений, но и говорить исключительно позитивную информацию своим собеседникам [9, p. 47]. Механизм действия антипостулата количества в этой функции можно представить следующей схемой. Собеседник *А* не хочет сообщать собеседнику *Б* информацию в полном объеме, ибо информация в полном объеме может обидеть *Б*, поэтому он дает недостаточный ответ в расчете на то, что *Б* поймет сам, почему ответ *А* неполный. Рассмотрим представленную ниже ситуацию:

«Well?» said Corky anxiously.

I hesitated a bit.

«Of course, old man, I only saw the kid once, and then only for a moment, but – but it was an ugly sort of kid, wasn't it, if I remember rightly?»

«As ugly as that?»

I looked again, and honesty compelled me to be frank.

«I don't see how it could have been, old chap» (3, p. 42).

В данном отрывке речь идет о портрете годовалого кузена Корки, который заказал у Вустера дядя. Поставленный вопрос, направленный Вустеру, по требованиям коммуникации предполагает ответ, поэтому он вынужден давать ответ. Говорить неправду Корки он не хочет, в равной степени как и обижать его, поэтому выстраивает свое высказывание следующим об-

разом: сначала использует первый антипостулат количества – предоставляет меньше информации, чем у него запрашивается, а затем сам адресует Корки верификативный запрос, цель которого заключается отнюдь не в том, чтобы получить подтверждение или опровержение по поводу выраженного в нем содержания (...it was an ugly sort of kid, wasn't it...). Смысл данных речевых действий состоит в создании имплицативного уровня сообщения – «портрет неудачен». Предпринятая Вустером тактика оказывается успешной, и Корки сам вычленяет главное слово *ugly*. Чтобы проверить свое предположение, он адресует Вустеру уточняющий запрос (*As ugly as that?*), и Вустер в данном случае вынужден сказать правду.

Антипостулаты количества, выполняющие функции самопрезентации адресанта и сохранения принципа вежливости Д. Лича, являются тактическими ходами, работающими главным образом на успешное осуществление вспомогательных стратегий в диалоге – стратегий вежливости и самопрезентации. Выбор в пользу употребления антипостулатов количества в рамках данных стратегий, как правило, оказывается эффективным, ибо он способствует осуществлению вспомогательных стратегических линий, успешная реализация которых, в свою очередь, может оказать существенное влияние на основную стратегию. Эффективность же основной стратегической линии говорящего главным образом зависит от правильно отбираемых им тактических ходов, выбор которых обусловлен тщательным анализом коммуникативной ситуации в целом и личности собеседника в частности, то есть процессом интерпретации, в ходе которой говорящий отбирает наиболее релевантные факторы, опора на которые и обеспечит ему успешность его тактических ходов. Знание сильных и слабых сторон личности собеседника, анализ его настроения на момент разворачивания коммуникативной ситуации, предположения о его мотивах и целях оказываются значимыми факторами для успешности любой тактики, в том числе и тактик с использо-

ванием антипостулатов количества, работающих на осуществление основной стратегической линии. Антипостулаты количества, используемые говорящими в рамках основной стратегической линии, как правило, выполняют функцию ухода от ответа.

3. *Функция ухода от ответа*

Первый антипостулат количества, действующий в рамках основной стратегии, выполняет функцию ухода от ответа в таких ситуациях, когда сообщение информации в полном объеме является нежелательной для собеседника *A* линией развития диалога в данный момент. Собеседник *A* отвечает на вопрос *B*, заданный по теме разговора, предельно кратко или частично, в расчете на то, что собеседник *B* «считает» имплицативный уровень сообщения – обычно, заключающийся в желании *A* прекратить тему разговора. Рассмотрим одну из типичных ситуаций, где антипостулат количества выполняет функцию ухода от ответа и является тактическим ходом, способствующим осуществлению основной стратегической линии «нарушителя»:

Sir Robert Chiltern. ...And now tell me, what makes you leave your brilliant Vienna for our gloomy London. – or perhaps the question is indiscreet?

Mrs. Cheveley. Questions are never indiscreet. Answers sometimes are.

Sir Robert Chiltern. Well, at any rate, may I know if it is politics or pleasure?

Mrs. Cheveley. Politics are my only pleasure... (2, p. 13)

Миссис Чивли не хочет в данный момент открывать лорду Чилтерну причину своего приезда в Лондон, поэтому она выбирает тактику частичного ответа на вопрос, воспользовавшись тем, что лорд Чилтерн на самом деле задал ей не один, а два вопроса. Ей было удобно ответить только на последний. Лорд Чилтерн, безусловно, неудовлетворен ответом и задает

следующий вопрос, на который получает пространный ответ, из которого опять-таки не вывести причину пребывания миссис Чивли в Лондоне, вследствие чего он еще раз настаивает на ответе:

Sir Robert Chiltern. But you have not told me yet what makes you honour London so suddenly. Our season is almost over (Ibid).

Тактические ходы, основанные на использовании первого антипостулата количества, выполняющего функцию ухода от ответа, оказываются в данном диалоге неэффективными. Миссис Чивли рассчитывает на фактор вежливости, на то, что Чилтерн «считает» имплицативный уровень сообщения (ее нежелание продолжать тему разговора), однако, оценивая в процессе диалога реакцию Чилтерна, она понимает, что фактор его заинтересованности в ее точном ответе перевешивает фактор вежливости. Именно поэтому она меняет тактику и переходит к использованию антипостулата релевантности – она предлагает Чилтерну взглянуть на картины, рекомендованные ей бароном Арнгеймом, которому Чилтерн, являющийся в данный момент перспективным и успешным политиком, продал в свое время правительственный секрет, и внимание Чилтерна, естественно, уходит в другую сторону.

Эффективность использования антипостулатов количества в функции ухода от ответа, таким образом, определяется фактором заинтересованности собеседника в предмете диалога. Соответственно, чем больше собеседник *Б* заинтересован в теме разговора, тем меньше шансов у собеседника *А* уйти от ответа, и напротив – чем менее *Б* заинтересован в ответе на заданный им самим вопрос, тем вероятнее эффективность использования антипостулата. На успешную реализацию тактик с использованием антипостулатов количества, выполняющих функцию ухода от ответа, также влияет фактор самопрезентации адресата и фактор информированности адресата о положении дел в целом (весь комплекс накопленных им в процессе жизнедеятельности знаний) и о заявленной теме разговора в

частности. Чем меньше осведомлен адресат об определенном аспекте действительности и о предмете разговора, тем более эффективным оказывается действие антипостулата количества в функции ухода от ответа. Рассмотрим представленную ниже ситуацию:

«I fear I am possibly taking a liberty, madam», I began, «but I am hoping that you will allow me to say a word with respect to my employer. I fancy I am correct in supposing that Mr Wooster did not tell you a great deal about himself?»

«He told me nothing about himself, except that he was a friend of Professor Mainwaring».

«He didn't inform you, then, that he was the MR Wooster?»

«The Mr Wooster?»

«Bertram Wooster, madam».

«Oh, Bertram Wooster!» she said (3, p. 223).

Цель одного из коммуникантов, Дживса, в данном диалоге – убедить мисс Томлинсон в том, что она непременно должна попросить Вустера выступить с речью перед воспитанницами колледжа. В протраивании своей тактики он опирается на два фактора: в первую очередь на недостаточную информированность адресата о личности Бертрама Вустера, а также на фактор самопрезентации адресата: мисс Томлинсон является директором школы-пансионата для девочек, соответственно, ей необходимо поддерживать определенный имидж в глазах окружающих. Дживс своим верификативным запросом-вопросом информирует ее о том, что мистер Вустер – тот самый всем известный человек, о котором она, будучи образованным человеком, наверняка слышала – именно на этой пресуппозиции и строится его высказывание. Все, что Дживс сообщает про своего хозяина, сводится к номинациям «the MR Wooster» и «Bertram Wooster», обладающим минимальной информативной нагрузкой. Мисс Томлинсон переспрашивает собеседника, что за мистера Вустера он имеет в виду, видимо, рассчитывая на более подробный ответ. Однако Дживс уходит от обстоя-

тельного ответа и сообщает ей только имя мистера Вустера, тем самым имплицитно, что само полное имя мистера Вустера столь информативно, что дальнейшие объяснения бессмысленны. Мисс Томлинсон, в свою очередь, не может признаться в том, что она ничего не знает про «того самого мистера Вустера», ибо в таком случае она, по ее мнению, заявит о своей невежественности, поэтому прямо спросить, чем же он собственно знаменит, она уже не может. Чтобы все-таки не допустить возможных вопросов – Дживс не может быть до конца уверен в том, что фактор самопрезентации значим для мисс Томлинсон, – он пользуется моментом ее замешательства, в который она, видимо, пытается вспомнить мистера Вустера, и переходит к сути дела:

«He is an extremely retiring gentleman, madam, and would be the last to suggest it himself, but, knowing him as I do, I am sure that he would take it as a graceful compliment if you were to ask him to address the young ladies. He is an excellent extempore speaker» (3, p. 223).

В данной ситуации Дживс добивается успеха своей основной стратегии, в рамках которой он использует антипостулат количества в функции ухода от ответа вследствие того, что опирается на фактор недостаточной информированности адресата по поводу личности Вустера, а также на фактор самопрезентации адресата.

В подведение итогов вышеизложенного отметим, что в результате проведенного анализа мы выяснили, что главной движущей силой в развитии диалога далеко не всегда является желание следовать общей цели. Языковая личность всегда эгоцентрична, поэтому в конфликте между «своими» и «чужими» интересами в реальном бытовом диалоге всегда побеждают «свои» интересы, и модель П. Грайса неизбежно подвергается модификации. Случаи «умышленного» нарушения постулатов количества П. Грайса, названные нами антипостулатами количества, неизбежны, если «нарушитель» чувствует, что их

использование способно привести его основную или вспомогательные стратегии к победе. Антипостулаты количества всегда создают некий второй, скрытый уровень сообщения, который автоматически возникает при их использовании, ибо постулаты П. Грайса, будучи общим конвенциональным знанием, исходят из презумпции приоритета интересов партнера и являются вследствие этого фундаментом для интерпретации. Ведь если собеседник следует постулатам кооперации, то он – пусть только на поверхностном речевом уровне – заботится об интересах своего адресата, если же собеседник использует антипостулаты, то адресат – на втором имплицативном уровне – получает информацию о том, что цели «нарушителя» в диалоге находятся в противоречии с постулатами П. Грайса, что создает благоприятную почву для интерпретации мотивов «нарушителя».

Антипостулаты количества, действующие в рамках вспомогательных и основных стратегий, потенциально всегда могут привести основную стратегию «нарушителя» к победе. Для того чтобы этот потенциал оказался реализованным, «нарушитель» в процессе общения (интерпретации речевых действий собеседника и планирования собственных речевых действий) должен произвести отбор наиболее релевантных для данной коммуникации прагматических факторов (фактор самопрезентации адресата, информированности адресата о положении дел, вежливости, заинтересованности в предмете разговора). Эти факторы, которые могут или вступать в противоречие друг с другом, или же друг друга дополнять, вместе с предыдущим контекстом ситуации и коммуникативным опытом «нарушителя» определяют выбор в пользу того или иного антипостулата. Правильно отобранные, «угаданные» «нарушителем» прагматические факторы способствуют эффективности тактик с использованием антипостулатов количества и приводят стратегию «нарушителя» к победе.

Библиографический список

1. Азнабаева Л.А. Принципы речевого поведения в конвенциональном общении. Уфа, 1998.
2. Иссерс О.С. Стратегии и тактики русской речи. СПб., 2008.
3. Ключев Е.Г. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. М., 2002.
4. Масленникова А.А. Лингвистическая интерпретация скрытых смыслов. СПб., 1999.
5. Grice H.P. Logic and Conversation // Pragmatics. Critical Concepts. Vol. 4. London, 2003.
6. Hintikka J. Logic of Conversation as a Logic of Dialogue // Pragmatics. Critical Concepts. Vol. 4. London, 2003.
7. Kasher A. Conversational Maxims and Rationality // Pragmatics. Critical Concepts. Vol. 4. London, 2003.
8. Lakoff G. Persuasive Discourse and Ordinary Conversation, with Examples in Advertizing // Analyzing Discourse: Text and Talk. Georgetown University Press, 1982.
9. Leech G.N. The Tact Maxim // Pragmatics. Critical Concepts. Vol. 6. London; New York, 2003.

Источники фактического материала

1. Shaw B. Mrs. Warren`s Profession. SPb., 2002.
2. Wilde O. An Ideal Husband. SPb., 2002.
3. Wodehouse P.G. Carry on, Jeeves. М., 2008.