

Е.В. КЛЮЕВ



Психологический  
бестселлер



# Р РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

успешность речевого  
взаимодействия

**Р.В.Клюев**

## **Речевая коммуникация.**



### **Успешность речевого взаимодействия.**

**РИПОЛ  
КЛАССИК.**

ББК 88.7  
К52

Серия «Психологический бестселлер» основана в 2001 г.

Ведущий редактор серии  
канд. пед. Наук Е. Г. Розанова

Художественное оформление серии  
Н. Ю. Дмитриевой.

Клюев Е. В.  
К52 Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002- 320с.-

-(Психологический бестселлер).

ISBN 5-7905-1349-2

Учебное пособие посвящено речевой коммуникации и Прежде всего – коммуникативным стратегиям и тактикам говорящих, т. е. целенаправленной деятельности носителей языка. Это новое направление в лингвистике, получившее название теории речевой коммуникации своими корнями уходит в риторику. Поэтому в пособии будут «задействованы» те направления науки о языке и теории коммуникации, которые имеют отношение к классической и современной риторике, лингвистической прагматике, теории речевых актов, лингвистической философии и лингвистической логике.

Пособие предназначено для студентов и преподавателей университетов и высших учебных заведений.

ББК 88.3

Издательский дом «РИПОЛ  
КЛАССИК», 2002

ISBN 5-7905-1349-2

## Содержание

Специально для серии «Психологический бестселлер».....	5
Предисловие	
Коммуникативный акт и его составляющие.....	7
Составляющие коммуникативной стратегии .....	18
Составляющие коммуникативной тактики.....	19
Глава 1. Адресант	
§ 1. Инициация коммуникативного акта.....	21
§ 2. Модель 1: От меня не ждут инициации никакого коммуникативного акта.....	31
§ 3. Модель 2: От меня ждут инициации	

данного коммуникативного акта .....	35
§ 4. Модель 3: От меня ждут инициации другого коммуникативного акта.....	38
§ 4,1. Инициация коммуникативного акта, не имеющего прецедентов .....	39
§ 4.2. Инициация коммуникативного акта, тип которого вышел из употребления .....	42
§ 4.3. Инициация коммуникативного акта, трактуемого превратно или чрезмерно индивидуально.....	45
§ 4,4. Инициация неадекватно сигнализируемого коммуникативного акта.....	48
§ 4.5. Инициация коммуникативного акта, не поддающегося отчетливой вербализации .....	51
§ 5, Идентификация коммуникативного акта.....	56
§ 5.1. Модель 1: Коммуникативный акт неуместен .....	58

315

§ 5.2 Модель 2: Коммуникативный акт несовременен.....	62
§ 5.3 Модель 3: Коммуникативный акт дисбалансирован.....	66
§ 5.4 Модель 2: Коммуникативный акт несовременен .....	70

Глава 2. Адресат

§ 1. Коммуникативная роль адресата.....	77
§ 2. Неожидаемые коммуникативные акты.....	78
§ 3. Ожидаемые коммуникативные акты.....	85
§ 3.1. Коммуникативные акты, предполагаемые адресатом.....	96
§ 3.2. Коммуникативный акт, объявленный адресантом.....	101

Глава 3. Контакт.	
§ 1. Коммуникативный кодекс.....	111
§ 2. Критерии коммуникативного кодекса.....	115
§ 3. Принцип кооперации в коммуникативном кодексе.....	117
§ 3.1. Максима полноты информации.....	118
§ 3.2. Максима качества информации.....	125
§ 3.3. Максима релевантности.....	134
§ 3.4. Максима манеры.....	142
§ 4. Принцип вежливости в коммуникативном кодексе.....	155
§ 4.1. Максима текста.....	159
§ 4.2. Максима великодушия.....	164
§ 4.3. Максима одобрения.....	167
§ 4.4. Максима скромности.....	170
§ 4.5. Максима согласия.....	171
§ 4.6. Максима симпатии.....	174
§ 5. Конфликтный максимум.....	177
§ 6. Критерии мотивированности.....	179
§ 7. Акт общения и фатический акт.....	182

Глава 4. Референт.	
§ 1. Коммуникативный акт и референция.....	195
§ 2. Выбор и презентация референта. Коммуникативная инициация.....	217
§ 3. Правило транспорта референта.....	230
§ 3.1. Правило фокуса.....	230
§ 3.2. Правило стереоскопии.....	234
§ 3.3. Правило панорамы.....	237
§ 3.4. Правило унитарности.....	240
§ 3.5. Правило изоморфизма.....	244
§ 3.6. Правило фиксирования референта.....	247
§4. Кросс-референция.....	252

Глава 5. Код	
§ 1. Язык и код.....	255

§ 2. Язык и мир: механизмы приспособления.....	257
§ 3. Стереотипизация речевого опыта.....	263
§ 4. Прагматические клише.....	274
§ 5. Классификация речевых актов.....	279
§ 6. Косвенные речевые акты.....	290
Заключение.....	307
Дополнительная литература.....	309

## Специально для серии «Психологический бестселлер»

Как мы представляем себе речевого партнера? Как речевой партнер представляет себе нас? Стремимся ли мы в ходе взаимодействия к одним и тем же результатам? Чем мы готовы и имеем право пожертвовать и что не может быть принесено в жертву? Манипулируем ли мы друг другом? Честны ли мы в своих установках и способны ли простить собеседнику предосудительные тактики речевого поведения? Влияют ли наши речевые действия на реальность?

На эти и многие вопросы еще в недалеком прошлом способна была ответить только психология — например, в ее бихевиористическом варианте. Однако сегодня, когда научные дисциплины становятся все более диффузными, права на то, чтобы заниматься подобными вопросами, оспаривает и лингвистика, все

активнее учитывающая в своих построениях достижения психологии, в частности социального. Вот почему те, кто занимается проблемами речевой коммуникации, вынуждены балансировать между лингвистикой и психологией — независимо от того, отдают ли они себе в этом отчет.

С другой стороны, любой учебник по речевой коммуникации обречен быть метаязыковым предприятием, а стало быть, соотносится со следующим, например, вопросом: достаточно ли освоен нами язык общения для того, чтобы его п. (средством описать язык общения?)

Вопрос этот, риторический по существу, превращается в совершенно практический, когда запрашивается информация о том, какими навыками необходимо обладать коммуникантам для того, чтобы осуществляемые ими речевые акты были успешными, т. е. оставались не только фактами «вербальной действительности», но и приводили к ожидаемым результатам в действительности реальной?

Отсутствие надежных рекомендаций в этой области осознанно в настоящее время как едва ли не трагедия — особенно в связи с террористическими акциями против США, на фоне которых, в частности, стало очевидным, что главная беда нашего времени — неумение выстроить общую стратегию взаимодействия, не дающую сбоев. В этой связи комму-

никативные просчеты даже на официальном уровне называются в качестве одной из основных причин мировых катаклизмов.

Прочувствованный наукой предшествующего столетия тезис, в соответствии с которым отнюдь не любое речевое взаимодействие есть общение, представляет собой, вне всякого сомнения, одно из главных завоеваний научной мысли соответствующего периода человеческой истории. В свете этого — общепринятого теперь — тезиса остро стоит вопрос о необходимости теоретического обоснования различий между речевым взаимодействием и речевым общением, с одной стороны, и о возможности осуществлять практический контроль за соответствующей стороной межличностной коммуникации — с другой.

Предлагаемое учебное пособие — шаг именно в этом направлении. Внимание автора направлено на основные составляющие коммуникативного процесса, рассматриваемые прежде всего в плане лингвистики, психологии, теории коммуникации, семиотики. Коммуникативный акт анализируется здесь как сложное образование, чья полноценность зависит от коммуникативных вкладов обоих партнеров речевого взаимодействия, осуществляемых с учетом всей совокупности экстралингвистических факторов. Многочисленные примеры конкретных речевых ситуаций дают возможность получить представление о том, до какой степени сложной оказывается практически любая ситуация повседневного взаимодействия — разумеется, в том случае, если отнестись к ней ответственно.

Разумеется, в актах конкретного общения следование всем описанным в этом учебном пособии нормам и правилам отнюдь не обязательно, да и едва ли возможно. Однако осознание того, что коммуникативный акт нуждается в постоянном контроле со стороны обоих участников речевой ситуации, а также знание наиболее уязвимых сторон речевого взаимодействия может оказаться именно тем практическим результатом, который способен будет повлиять на успешность общения тех, кто познакомится с этой книгой.

*Клюев Е. В.,  
конец сентября 2001 года,  
Копенгаген*

## **Предисловие**

Ведь в философии так:  
кто вооружен, тот и должен  
быть предостережен.  
*Джон Остин*



## Коммуникативный акт и его составляющие

*«Как приветствуют», «как прощаются», «как просят», «как приказывают», «как обещают», «как соглашаются», «как отказывают», «как критикуют», «как делают комплимент», «как порицают», «как угрожают», «как оскорбляют», «как предлагают», «как навязывают», «как уговаривают», «как утверждают», «как аргументируют», «как предполагают», «как оценивают», «как восхищаются», «как возмущаются» и т. д., — по крайней мере, на часть этих вопросов будут даны ответы в этом учебном пособии, посвященном речевой коммуникации, и прежде всего — коммуникативным стратегиям тактикам говорящих, т. е. целенаправленной деятельности носителей языка.*

Фактически до последнего времени подобного рода вопросы не были предметом специального — во всяком случае теоретического — внимания. Исключение составляла, может быть, только классическая риторика, особенно в ее современных вариантах: эта наука всегда была озабочена тем, чтобы содержание сознания одно-

го человека могло быть наилучшим образом передано другому.

Впрочем, научные достижения риторики тоже ставились под сомнение в течение едва ли не всего двадцатого века. Между тем именно риторика стала одной из основополагающих наук для *нового направления в лингвистике*, которое можно было бы назвать теорией речевой коммуникации и для которого существует еще и другое название — теория речевых актов. (Правда, теперь под теорией речевых актов чаще понимают одну из конкретных теорий в составе современной науки о языке и, во избежание двусмысленности, предпочитают не употреблять этого словосочетания в широком смысле.)

Сегодня у этого «направления» есть все права для того, чтобы считаться самостоятельной научной дисциплиной — по крайней

мере, *оформляющейся* научной дисциплиной. При нестрогой методологической установке теорию речевой коммуникации даже допустимо было бы считать *своего рода современной риторикой*, поэтому данное учебное пособие может использоваться и как пособие по теории речевой коммуникации, и как пособие, освещающее некоторые важные аспекты риторики — правда, без обращения к узко риторической проблематике и терминологии.

Вообще говоря, *пособие имеет, прежде всего, практические цели* — и потому в данном случае автор не считает, что «в интересах дела» так уж важно четко «определиться методологически»: пособие создано в помощь говорящим. Его не следует рассматривать как пособие по красноречию или искусству ораторской речи — в поле нашего зрения будут, как правило, вполне обыденные речевые ситуации, ориентироваться в которых оказывается гораздо легче после приобщения к некоторым категориям дисциплин, изучающих коммуникативный акт. Поэтому в этом учебном пособии будут «задействованы» те направления науки о языке и теории коммуникации, которые имеют отношение к классической и современной риторике, лингвистической прагматике,

теории речевых актов, лингвистической философии и лингвистической логике.

Однако читателей ни в коем случае не должно настораживать или пугать такое обилие названий разнообразных научных дисциплин: автор попытается представить лишь самые необходимые сведения из них (наиболее широко — из области лингвистической прагматики), не обременяя читателей ни излишней терминологией, ни большим количеством дискуссионных вопросов, которые еще только ждут своего решения. Поэтому лучше всего относиться к данному учебному пособию как к пособию, ориентирующему читателей в разных «жанрах» речевой практики, и, если читатели после знакомства с содержанием книги почувствуют себя чуть более уверенно, вступая

в очередной речевой акт, автор будет считать свою основную задачу выполненной.

На практике вопросы, которыми открывается прение, обычно звучали и звучат несколько по-другому, например, так: «Как бы мне поубедительнее отказаться от сегодняшнего приглашения?», или «Каким бы образом мне дать понять, что я не в восторге от этой работы?», или «Как бы мне и попросить, и приказать одновременно?» — практические вопросы такого плана возникают на каждом шагу. Однако мало кто считает необходимым подводить под эти вопросы какую бы то ни теоретическую базу, полагая, по-видимому, что их всякий раз удобнее решать «на месте».

В результате носители языка нередко оказываются беспомощными перед самыми простыми речевыми ситуациями, требующими поведения по особым правилам и соответствии с определенной коммуникативной стратегией. То и дело возникают парадоксы речевого общения; человек, пользующийся русским языком как я материнским, время от времени чувствует полную неспособность к речевому взаимодействию с другими членами своего же языкового коллектива. И дело не в «названии» языка — дело обычно в неумении коррект-

но им пользоваться, т. е. в неумении грамотно «разместить себя» в той или иной речевой ситуации.

Один из основоположников теории речевых актов, Г. П. *Грайс*, так сформулировал знаменитый парадокс общения: «Парадокс общения в том и состоит, что можно высказаться на языке и тем не менее быть понятым». В пару к этому высказыванию допустимо привести и остроумное высказывание Э. *Хемингуэя*, известное многим, — насчет того, что язык существует не для общения, а для того, чтобы скрыть невозможность общения.

Только во второй половине нашего столетия академическая наука, занятая изучением языка, осознала, что изучаемый ею язык есть фактически некая научная абстракция или фикция, не имеющая прямого отношения к реальным процессам коммуникации. Язык оказался охарактеризованным «вдоль и поперек», но вне поля зрения осталось главное — те, кто языком

пользуется, иными словами те, для кого язык, собственно, и существует.

Включение «пользователей» в парадигму научного мышления обусловило внимание к такому явлению, как *речевая ситуация* во всех ее измерениях, а это, в свою очередь, привело к настоящей революции в понимании языка и общения на языке. Одним из завоеваний этой революции и стала **лингвистическая прагматика (с теорией речевых актов как ядром) — наука об использовании языка в реальных процессах коммуникации.**

В наши дни лингвистическая прагматика — хотя бы по причине сопровождающего ее название атрибута — относится к кругу языковедческих дисциплин и изучается на гуманитарных факультетах высших учебных заведений. Однако сложившаяся к настоящему времени версия этой науки уже сегодня оказывается чрезвычайно продуктивной применительно к самому широкому кругу практических задач, стоящих перед теми, кто пользуется языком как средством коммуникации. За скромным же местоимением «*те*» стоит практически каждый носитель языка: понятно, что «уметь приветст-

вовать», «уметь прощаться», «уметь просить», «уметь приказывать» и т. д.— то есть уметь использовать язык, но назначению — не есть прерогатива одних только филологов и что в идеале навыки подобного рода должны быть у всех.

Вот данное учебное пособие не ориентировано специально и исключительно на студентов гуманитарных факультетов: к пользованию им приглашаются все, кто постоянно или хотя бы время от времени говорит на том или ином языке.

Автор попытался представить часто довольно сложим с и требующие некоторых дополнительных знаний. **Категории** теории речевой коммуникации таким образом, чтобы их содержание было понятно не только специалистам, и при этом не обременять учебное пособие ссылками на многочисленные лингвистические концепции. Что же касается непосредственно *категорий лингвистической*

*прагматики*, требующих дополнительных Маний и специальной подготовки или нечетко к настоящему времени сформировавшихся, то их представление (Вместе с представлением лингвистических концепций, в составе которых они находятся) состоит в «историях дополнении» к данному учебному пособию, которое будет предназначено в основном для студентов гуманитарных факультетов.

**Акт речевого взаимодействия между носителями языка** *есть коммуникативный акт*, в ходе которого носители языка решают, прежде всего, коммуникативные задачи, т.е. общаются, обмениваются сведениями — информацией. Несмотря на то что иногда у партнеров по речевой коммуникации может возникать впечатление, будто никакого обмена информацией не происходит, доверять этому впечатлению едва ли следует. Речевое взаимодействие *всегда* ориентировано на передачу или получение информации, другое дело, что информация, «перекачиваемая» подобным образом, время от времени *не опознается* как таковая.

Критерии информативности сами по себе представляют серьезную научную проблему. Проблема эта соотнесена с вопросами типа «что считать и что не считать информацией», «каким образом измеряется информация, т. е. определяется, например, уровень информативности высказывания», «каковы типичные формы представления (презентации) информации в тексте», «как различается применительно к информации «новое» и «старое»», «всегда ли информация действительно «информирует» и др.

На уровне «индивидуальных потребностей» также, оказывается, важно знать, происходит ли обмен информацией в пределах одного и того же тезауруса (словаря) отправителя и получателя информации,; какова ценность, приписываемая партнерами по коммуникативному акту тем или иным понятиям

или действиям, каков уровень «готовности» коммуникантов к восприятию информации («фонд общих знаний»); каковы «ожидания» коммуникантов и «социальный контекст», в котором разворачивается коммуникация и т. д.

Многие из этих вопросов имеют отношение к структуре коммуникативного акта, в ходе изучения которой становится очевидным, что *обмен информацией есть одно из неперенных условий* (а вовсе не одно из желательных требований!) *осуществления коммуникативного акта*. Например, в случае «непоступления» от собеседника ожидаемой информации информативным становится само поведение партнера по речевой коммуникации. Я сообщаю сведения «зачем-то», но и *не* сообщаю сведений тоже *зачем-то*

Читатель может рассчитывать, что на часть обозначенных вопросов — в связи с задачами учебного пособия — он здесь найдет ответы.

Сегодня вполне уверенно можно утверждать, что коммуникативный акт из хаотичного, в сущности, образования, каким он еще сравнительно недавно был для ученых, превратился в достаточно подробно охарактеризованную структуру, *набор* компонентов которой уже не является предметом дискуссий.

## 12

К сожалению, того же нельзя сказать о *значении*, приписываемом разными исследователями компонентам коммуникативного акта. Впрочем, достаточно уже и того, что по поводу «ассортимента» компонентов достигнуто известное единство. На сегодняшний день компоненты эти таковы:

адресант  
адресат  
контакт  
референт  
код

**Отношения** между ними традиционно представляют следующим образом:

- 1) адресант
- 2) контакт
- 3) референт
- 4) код
- 5) адресат

Обычным способом **структура** коммуникативного акта описывается так: *адресант вступает с адресатом в контакт по поводу определенного референта, используя определенный код.*

Анализ перечисленных в этом описании компонентов и составляет содержание данного учебного пособия, построенного таким образом, что «имена» компонентов структуры коммуникативного акта являются и названиями глав.

В пособии употребляется как терминологическое словосочетание «коммуникативный акт», так и терминологическое словосочетание «речевой акт», причем значение этих терминов часто *почти* совпадает. Однако всей определенностью необходимо заметить, что автор стремился избегать полного совпадения значения, поскольку такие атрибуты, как «коммуникативной «речевой», характеризуют акт взаимодействия

на естественном языке если и не в разных отношениях, то с акцентом на разные стороны одного и того же явления.

Кроме того, что в сугубо научных целях данное различие, видимо, имеет смысл сохранить, учитывая, в частности, большую определенность в понимании «речевого акта», демонстрируемую современными исследованиями. В практических целях оказывается не менее важно иметь в виду, что если термин «**речевой акт**» предполагает акцент на **действие**, то термин «**коммуникативный акт**» — акцент на **взаимодействие**. Видеть разницу между этими акцентами принципиально важно.

**Речевой акт** определяется обычно как высказывание (*речевое действие*) или совокупность высказываний (речевых действий), совершаемых одним говорящим с учетом другого. («Объектом

исследования в теории речевых актов является акт речи, состоящий в произнесении говорящим предложения в ситуации непосредственного общения со слушающим»,— пишет автор предисловия к книге «Теория речевых актов» (серия «Новое в зарубежной лингвистике»).

Коммуникативный аспект в рассмотрении речевых актов задает несколько иное направление взгляда: **коммуникативный акт есть совокупность речевых актов, совершаемых коммуникантами навстречу друг другу.** («...В концепции анализа диалога в качестве глобального объекта исследования выступает *диалог*, то есть обмен речевыми актами»,— читаем мы в том же предисловии). Таким образом, коммуникативный акт является скорее не речевым действием, но *обменом* речевыми действиями.

В каком отношении это различие важно?

Не будет преувеличением сказать, что во многих отношениях. Например, с точки зрения определения подготовительных условий коммуникации или с точки зрения анализа взаимодействия коммуникантов как движения навстречу друг другу двух коммуникатив-

ных стратегий, с точки зрения обмена коммуникативным опытом или с точки зрения результатов взаимодействия... Ибо провозглашаемый в теории речевых актов *принцип учета интересов обоих коммуникантов* часто остается лишь благим намерением — на самом же деле исследователи озабочены «принимающей инстанцией» только как объектом коммуникативной стратегии говорящего. За такую фактическую однонаправленность внимания теорию речевых актов критиковали многие.

В данном учебном пособии делается попытка преодоления однонаправленности — в остальных же отношениях автор остается, верен принятым в этой науке правилам поведения. В частности, в том, что касается утверждения, в соответствии с которым любому речевому действию — как самому по себе, так и в



составе прочих речевых действий — *свойственна целенаправленность, адресованность, а также ориентация на нормы речевого поведения, принятые в социуме.*

**Речевое поведение** понимается при этом как *совокупность конвенциональных (осуществляемых в соответствии с принятыми правилами) и неконвенциональных (осуществляемых по собственному произволу) речевых поступков, совершаемых индивидом или группой индивидов.*

В определении коммуникативного акта заложено, таким образом, представление о необходимости взаимодействия двух сторон — «передающей» и «принимающей» (на момент начала коммуникации) инстанций. Оговорка «на момент начала коммуникации» является действительно существенной, поскольку в ходе коммуникации роли партнеров могут многократно варьироваться.

«*Передающая*» и «*принимающая*» инстанции описаны в соответствующей литературе как «*отправитель*» и «*Получатель*» («*производитель*» и «*потребитель*») информации, «*пишущий*» и «*читающий*» (*автор и чита-*

*тель*), «*говорящий*» и «*слушающий*», *продуцент* и *реципиент* (продуцент и перципиент) и, наконец, *адресант* и *адресат*.

В данном учебном пособии присутствуют все выше-приведенные обозначения, любое из которых понимается здесь просто в качестве функций сторон — безотносительно как к тому, в устной или письменной форме происходит процесс коммуникации, так и к тому, два или больше коммуникантов в нем участвуют; однако далеко не безотносительно к тому, кто именно в каждом конкретном случае выполняет соответствующие функции. А это не некие абстрактные «единицы взаимодействия», но «живые люди» — носители социального опыта, обладающие определенным набором ролей и коммуникативной компетенцией, а также действующие в соответствии с определенными, в частности речевыми, традициями. Они и характеризуют состояние информации «на входе» в коммуникативный акт и «на выходе» из него.

Характер «преобразования» информации в результате ее многократной передачи от «передающей» к «принимающей» инстанции есть объективный показатель завершенности (а иногда — и успешности) коммуникативного акта.

Коммуникативный акт в целом представлен в данном учебном пособии в единстве всех глав. При обсуждении проблем адресанта (гл. 1) и адресата (гл. 2) рассматриваются вопросы инициации коммуникативного акта, а также вопросы, связанные с серией первых шагов, которые делают коммуниканты «навстречу» друг другу в соответствии с коммуникативными стратегиями каждого из них. Иными словами, речь идет о разработке и «запуске» типичных коммуникативных стратегий. Развертывание коммуникативных стратегий обсуждается в главах «Контакт» (гл. 3) и «Референт» (гл. 4). Проблемы, возникающие в связи с особым — применительно к теории речевой коммуникации — взглядом на язык, анализируются в главе «Код» (гл. 5).

Такое представление проблематики избрано в качестве наиболее удобного в смысле последовательного обсуждения *реально* возникающих перед коммуникантами вопросов, однако в собственно теоретическом плане подобная композиция вполне может кому-то показаться спорной. Им автор и хотел бы еще раз напомнить, что ставил перед собой прежде всего практические задачи (главная из которых — облегчение говорящим поисков удовлетворительных коммуникативных стратегий), а в случае неубедительности и этого довода — просто принести свои извинения.

Уже в предисловии имело бы смысл оговориться насчет понятия коммуникативной стратегии — одного из главных в данном учебнике понятий, поскольку знакомство читателей с ним начнется уже в первой главе.

Вообще говоря, введение понятия *коммуникативной стратегии* влечет за собой необходимость обращения и к другим понятиям — *коммуникативная цель, коммуникативное намерение, коммуникативная задача, коммуникативная интенция, коммуникативная тактика, коммуникативная перспектива, коммуникативный опыт и коммуникативная компетенция.*

В данном учебном пособии мы будем постоянно обращаться к этим понятиям, комментируя, уточняя и, может быть, углубляя их там, где в них будет возникать потребность. Стало быть, предъявляться понятия будут постепенно — не все сразу и не «за один присест» каждое,— а потому общие представления об их содержании, видимо, должны уже заранее быть в распоряжении читателей.

Сформулировать в предисловии даже самые общие представления «в двух словах», разумеется, невозможно — таких дерзких задач автор перед собой и не ставит, тем более учитывая, что в данном случае перед нами не больше и не меньше как основополагающие проблемы философии — проблемы цели, намерения, опыта и т. д., по поводу которых и в самой философии к настоящему времени еще не существует единства во взглядах.

По этим причинам автор рискнет предложить сейчас лишь некоторые, самые общие ориентиры, которые позволят читателю не чувствовать себя «застигнутым врасплох», когда в тексте учебного пособия подобные терминологические образования начнут возникать одно за другим.

Очевидно, что естественная систематизация названных выше понятий предполагает, прежде всего «разнесение» их по двум группам. Пусть первую группу образуют понятия, соотнесенные с коммуникативными стратегиями, а вторую — понятия, соотнесенные с коммуникативными тактиками. В таком случае

возникает возможность говорить о составляющих коммуникативной стратегии, с одной стороны, и о составляющих коммуникативной тактики — с другой.

## Составляющие коммуникативной стратегии

Под **коммуникативной стратегией** в данном учебном пособии будет пониматься *совокупность* запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта *теоретических ходов*, направленных на достижение коммуникативной цели. *Представление о способе объединения этих теоретических ходов в единое целое (коммуникативную стратегию)* называется **коммуникативной интенцией**, которая и есть движущая сила коммуникативной стратегии. Интенция принадлежит индивиду и в этом смысле отличается от внеличных **конвенций** — *правил поведения в регламентированных обществом речевых ситуациях.*

**Коммуникативная цель** — *стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт:* результат этот может обсуждаться как на вербальном, словесном, уровне (например, *взять на себя обещание, отказаться, обидеться* и т. п.), так и на уровне физи-

18

ческих действий (например, *уйти на войну, приступить к работе, подать на развод* и т. п.). Если в ходе коммуникации действительно могут быть созданы условия для достижения соответствующих результатов во внеязыковой действительности (т. е. *я возьму (беру) на себя обещание, я откажусь (отказываюсь), я обижусь (обижаюсь); я уйду (ухожу) на войну, я приступлю (приступаю) к работе, я подам (подаю) на развод* и так трагически далее), будем считать, что коммуникативный акт имеет не только коммуникативную цель, но и **коммуникативную перспективу**, рассматриваемую как *возможность вызвать желаемые последствия в реальности.*

*Коммуникативная компетенция* есть *рабочий набор коммуникативных стратегий*, присущих индивиду или группе индивидов.

## Составляющие коммуникативной тактики

**Коммуникативная тактика** рассматривается в качестве совокупности практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия, т. е. коммуникативная тактика, в отличие от коммуникативной стратегии, прежде всего, соотнесена не с коммуникативной целью, а с набором коммуникативных намерений.

**Коммуникативное намерение** (оно же — **коммуникативная задача**; эти понятия в учебном пособии не различаются) трактуется в качестве *тактического хода, являющегося практическим средством движения к соответствующей коммуникативной цели*. Вся совокупность таких практических средств в реальном процессе речевого взаимодействия создает, как сказано, коммуникативную тактику.

**Коммуникативный опыт** понимается как *совокупность представлений об успешных и неуспешных коммуникативных тактиках, ведущих или не ведущих к реализации соответствующих коммуникативных стратегий*.

19

То же самое — на схеме, имеющей сугубо мнемонический характер:

- 1) коммуникативная компетенция
- 2) коммуникативная цель  
(коммуникативная перспектива)
- 3) коммуникативная интенция
- 4) коммуникативная стратегия

- 1) коммуникативный опыт
- 2) коммуникативные намерения  
(коммуникативные задачи)
- 3) коммуникативная тактика

Рабочее описание этой схемы может выглядеть так: *используя коммуникативную компетенцию, говорящий ставит перед собой коммуникативную цель (определяя или не определяя коммуникативную перспективу) и, следуя определенной коммуникативной интенции, вырабатывает коммуникативную стратегию, которая преобразуется (или не преобразуется) в коммуникативную тактику как совокупность коммуникативных намерений (коммуникативных задач), пополняя коммуникативный опыт говорящего.*

Со всей настойчивостью необходимо подчеркнуть, что принятая в данном учебном пособии систематизация соответствующих понятий не является общепринятой, но представляется автору вполне удобной и, видимо, не слишком противоречивой

## **Глава 1. АДРЕСАНТ**

### **§ 1. Инициация коммуникативного акта**

При обсуждении вопросов, имеющих отношение к «передающей» инстанции (адресанту), важно отдавать себе отчет в том, что именно ему коммуникативный акт обязан своим возникновением. Констатация этой, на первый взгляд, тривиальной

мысли необходима для того, чтобы представить себе, до какой степени ответствен сам факт инициации коммуникативного акта.

«Начать» уже само по себе означает «счесть себя вправе начать» и «взять на себя ответственность за продолжение и завершение». Предполагается, что именно «начавший» держит в своих руках «бразды правления» — схему взаимодействия — и что от «начавшего» во многом зависит, насколько успешно данная схема будет реализована в ходе коммуникативного акта. Это настолько обязательно, что при потере инициатором коммуникационного акта «нити» собеседник отнюдь не всегда обязан (хотя чаще всего, по разным причинам, и обязывает себя) помогать ему — напротив, никто не запрещает собеседнику покинуть речевую ситуацию практически под любым предлогом.

В литературе, посвященной обсуждению проблемы .Адресанта — а литературу такую трудно назвать обширной,— проблема «права» на инициацию коммуникативного акта затрагивается не слишком часто. Между тем

проблема эта отнюдь не второстепенная и от ее решения на самом деле зависит очень много: в частности, такая немаловажная вещь, как участие адресата в акте речевого взаимодействия.

Например, одной из причин нежелания адресата участвовать в речевом взаимодействии может оказаться отсутствие «вотума доверия» к инициатору такового: адресат не всегда считает инициатора коммуникативного акта подходящей на роль собеседника кандидатурой. Иногда «вотум доверия» обсуждается в литературе как проекция *фактора престижа* — и в этом смысле подлежит решению вопрос о том, насколько «социально привлекательным» выглядит один собеседник в глазах другого.

Иными словами, право «начать» коммуникативный акт отнюдь не всегда является очевидным: право это может требовать социального или какого-либо другого подтверждения. В любом случае данное право входит в состав *подготовительных условий коммуникативного акта*.

Под **подготовительными условиями коммуникативного акта** будем понимать *совокупность обстоятельств на момент начала коммуникации, делающих ее возможной*.

В соответствующей литературе проблеме подготовительных условий уделяется достаточно много внимания, однако при этом имеется в виду речевой акт. Единства во взгляде на то, что это за условия и каково их количество, до сих пор нет. Правилom здесь является выявление предварительных условий для *конкретных речевых актов*, или речевых актов разных типов: например, что необходимо для того, чтобы говорящий мог отдать приказ, или для того, чтобы говорящий мог высказать предположение и т. д. Не вдаваясь в полемику с теми, кто специально занимается соответствующей проблемой, будем иметь в виду, что о подготовительных условиях речевого взаимодействия мы будем говорить применительно к коммуникативному акту.

Иными словами, нас интересуют предварительные условия, которые в общем характеризуют состояние готовности партнеров по коммуникативному акту на старте, т. е. ответ на вопрос: что необходимо для того, чтобы коммуникативный акт — любой — мог начаться. Поставленная задача может показаться утопичной, однако *практическая необходимость* решения проблемы, при каких условиях «запускается» коммуникативный акт, настолько велика, что ради нее, по-видимому, имеет смысл пожертвовать академичностью.

Итак, если понимать под подготовительными условиями коммуникативного акта **набор обстоятельств**, делающих



коммуникативный акт возможным, то среди обстоятельств этих имеет смысл выделить следующие:

- потребность или желание адресанта этаблировать (инициировать, организовать) коммуникативный акт (А);
- готовность адресата к речевому взаимодействию (наличие некоторой коммуникативной стратегии) (Б);
- понимание адресатом мотива адресанта (В);
- идентификация адресатом мотива адресанта в качестве достаточного основания для этаблирования коммуникативного акта (Г);
- единство коммуникантов во взгляде на предстоящий коммуникативный акт (Д);
- обозначение (или осознание) коммуникантами момента начала речевого взаимодействия (Е).

Необходимо еще раз подчеркнуть, что эти обстоятельства следует рассматривать как безотносительные к типу предстоящего коммуникативного акта. То есть независимо от того, намерен ли адресант приговорить адресата к смертной казни, признаться ему в любви, извиниться перед ним за оплошность, солгать ему, побудить его совершить преступление, вступить с ним в торговую сделку, предсказать ему будущее, выдать желаемое за действительное, и прочее — необходимо, чтобы перечисленные выше подготовительные условия «имели место быть».

В противном случае:

**(нарушение условия А)**

адресант не найдет адресата (ср. прагматическую аномальность речевой ситуации типа «Мне совершенно незачем разговаривать с Вами, да у меня и желания нет, но — начнем»);

**(нарушение условия Б)**

адресант потеряет адресата (ср. прагматическую аномальность речевой ситуации типа: «Здравствуйте, я пока не знаю, о чем я буду говорить, однако уже начал»);

**(нарушение условия В)**

адресат не вступит в контакт (ср. прагматическую аномальность речевой ситуации: «Непонятно ради чего, но поговорим!»);

**(нарушение условия Г)**

адресат откажется от контакта (ср. прагматическую аномальность речевой ситуации: «Это ни к чему обсуждать, но давайте обсуждать это»);

**(нарушение условия Д)**

коммуникативный акт не состоится (ср. прагматическую аномальность речевой ситуации: «— Руки вверх! — А я рассчитывала, что Вы меня поцелуете...»);

**(нарушение условия Е)**

коммуникативный акт не состоится — частный случай «комедии бездействия» (разговор, для которого есть все основания, так и не начинается).

Видимо, не следует все-таки — вопреки предложениям многих — вводить в качестве подготовительных условий *коммуникативного акта как такового* условие искренности коммуникантов (в реальности этаблируются не только искренние типы речевого взаимодействия!); условие истинности информации (сплошь и рядом встречаются коммуникативные акты как попытки солгать, исказить положение дел и т. д.); условие соблюдения «социальных рангов» (коммуникативный акт часто этаблируется «несмотря на ранги»); условие соответствующего

психологического состояния собеседников (коммуникативные акты этаблируются и несмотря на это) и проч. Разумеется, все эти условия могут стать необходимыми подготовительными условиями, но только применительно к определенным типам коммуникативных актов.

Понятно, что, подобно всем суждениям генерального характера, суждения, касающиеся подготовительных условий коммуникативного акта как такового, апеллируют прежде всего к «чистым» (лабораторным) случаям речевого взаимодействия. Практика общения изобилует случаями «взаимного

попустительства» коммуникантов (модель «Я не понимаю, о чем Вы, но продолжайте» [= может быть, я пойму это потом]). Не менее часты случаи самофальсификации (модель «Я понимаю, что об этом не стоит Говорить...»).

Однако такие случаи либо действительно являются аномалиями и рассматриваются как таковые (Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев. Языковая концептуализация мира. Гл. «Аномалии в речевой деятельности»), либо требуют тривиальных контекстных условий (ср. в разговоре и любленных: «Только *говори*, мне все равно о чем!»).

Тем не менее при обсуждении конкретных коммуникативных стратегий и коммуникативных актов соответствующих типов «прочие» подготовительные условия коммуникации будут, естественно, приниматься во внимание.

Второй момент, который также будет предметом постоянного внимания, связан с вопросом о конвенциональном характере коммуникативных актов. *Под Конвенцией понимаются принятые в данном обществе (регламентируемые данным обществом) формы взаимодействия — в том числе и речевого.* Интересно, что первоначально внимание исследователей речевых действий было направлено на речевые действия, осуществляющиеся в практике юриспруденции: именно здесь речевое поведение наиболее заметно подвержено влиянию конвенций. Так, Дж. Остин писал:

25

«Имеет смысл напомнить, что многие «акты», входящие в компетенцию юристов, представляют собой или включают в себя..., по крайней мере, выполнение каких-нибудь конвенциональных процедур. И конечно, вы сумеете оценить тот факт, что ученые-юристы в своих трудах постоянно обнаруживают осведомленность о разнообразии неудач... высказываний» {Дж. Остин, с. 36).

Тем не менее вопрос конвенций принадлежит к разряду вопросов, окончательно не решенных в науке. Все ли коммуникативные акты, в которые мы реально вступаем, имеют конвенциональную природу (т. е. могут быть расписаны как

определенный «регламент») или только часть их, в одинаковой ли степени конвенциональны разные типы коммуникативных актов (например, вынесение приговора, с одной стороны, и просьба — с другой) — эти и другие вопросы постоянно дискутируются в соответствующей среде.

Для наших целей достаточно, видимо, представлять себе, что большинство — осторожно выражаясь — коммуникативных актов в той или иной степени регламентированы и что для говорящих, вероятно, удобнее, когда регламент есть, чем когда регламента нет (ср. речевую модель типа «Как мне вести себя в этой ситуации?»).

Все, чем, может быть, стоило бы в этом смысле дополнить наши представления об актах общения, регулируемых теми или иными конвенциями, есть сформулированные опять же Дж. Остином условия, необходимые для успешного взаимодействия в рамках регламентированных речевых ситуаций:

A.1

*Должна существовать общепринятая конвенциональная процедура, приводящая к определенному конвенциональному результату и включающая в себя произнесение определенных слов определенными лицами в определенных обстоятельствах. Кроме того,*

26

A,2

*конкретные лица и обстоятельства в каждом данном случае должны быть пригодны для проведения той конкретной процедуры, к которой мы обращаемся...*

B. 1

*Процедура должна выполняться всеми участниками правильно и*

B. 2

*полностью.*

C. 1

*Если процедура, как это часто бывает, предназначена для выполнения лицами, движимыми определенными мыслями или чувствами, или является началом нового этапа в последующем поведении любого из участников, тогда каждое лицо, участвующее в процедуре и, следовательно, реально обратившееся к ней, должно действительно испытывать эти мысли или чувства, и все участники должны иметь подлинное намерение совершать соответствующие поступки. Кроме того,*

г. 2

*впоследствии они должны на деле вести себя соответственно.*

*(Дж. Остин, с. 32—33)*

Если бы все акты общения в одинаковой мере регулировались только однотипными конвенциями, приведенных правил было бы вполне достаточно для речевого взаимодействия любого типа. Однако, к счастью или к сожалению, это не так: коммуникативные акты ориентированы на конвенции разных видов, конвенциональны в одинаковой степени, а кроме того, участники коммуникации по-разному смотрят на роль конвенций (от полного принятия конвенции до ее игнорирования), выбирают разные конвенциональные модели применительно к одним и тем же коммуникативным актам и т. д., и т. п.

Поэтому удобным в этом случае кажется следовать не Столько за Дж. Остином или Дж. Серлем (этот американ-И КИЙ ученый — второй крупный авторитет в области тео-

рии речевых актов), сколько за П. Ф. Стросоном — английским логиком, утверждавшим, что — при известной конвенциональности любого акта общения — в качестве *собственно конвенциональных* актов можно рассматривать лишь одну группу в составе актов общения и что весь интерес состоит не в них, а в том, каким образом происходит понимание коммуникантами друг друга в тех актах взаимодействия, которые не регулируются четкими конвенциями или какими бы то ни было конвенциями вообще.

Действительно, случается так, что в набор социальных ролей (функций) индивида часто входит и роль инициатора

коммуникативных актов в ряде ситуаций. Общеизвестно, скажем, что подданный не может назначить аудиенции королю, а вправе лишь попросить об аудиенции. (Кстати, капризный Король из «Маленького принца» ведет себя в полном соответствии с этим коммуникативным правилом, постоянно подчеркивая свое право «открывать» каждый новый коммуникативный акт: так, в ответ на «Можно мне спросить Вас...» он спешит «упорядочить» роли собеседников и реагирует следующим образом: «Я повелеваю тебе спросить!» и т. д.).

В случаях, когда речь идет о менее «масштабных» взаимодействиях, роли обозначены не столь отчетливо, но также, как правило, регулируются социальными конвенциями. Конвенции эти иногда определенным образом подчеркиваются, например, указанием на дверях «приемных дней» (или часов), которые специально отведены для ситуаций, когда роль инициатора коммуникативного акта принадлежит подчиненному, а не начальнику. Учет такого рода конвенций, безусловно, необходим для успешности соответствующих коммуникативных актов. Ведь адресант и адресат в условиях речевого взаимодействия — это «всего лишь» определенные социальные роли, а социальные роли, как известно, соотносены между собой, т. е. взаимозависимы.

Понятно, что применительно к вышеописанным ситуациям право «начать» коммуникативный акт продиктовано высоким социальным статусом адресанта (ср. также

систему взаимодействия в армии — «идеальный» пример жестко организованной субординации), — в большинстве прочих случаев данное право требует некоего обоснования: *адресат, вступая в речевую ситуацию, должен быть «подготовлен» таким образом, чтобы не иметь сомнений насчет того, кто из партнеров «уполномочен» начинать диалог.*

И здесь не обойтись без решения вопроса о том, к какому типу речевой ситуации тот или иной «инициатор» вправе вообще обратиться. Можно ли представить себе некое лицо, наделенное абсолютной полнотой власти, которое вправе обратиться к речевой ситуации *любого* типа, «открыв» подобным образом *любой* желательный ему коммуникативный акт?

Едва ли. Даже при жесткой — армейской, например,— субординации полководец может послать солдата на верную смерть, но не может приказать ему жениться на собаке. И дело здесь не столько в том, что полководец не обладает необходимой для этой последней акции полнотой власти, сколько в том, что применительно ко второму случаю, проблема полноты власти просто не обсуждается: здесь предполагается обращение к ситуации, модели» которой в принципе не существует.

*Речь, таким образом, идет в первую очередь о том, чтобы соотнести потребность (или желание) начать тот или иной коммуникативный акт с самой возможностью коммуникативного акта подобного типа.* То есть: прежде чем ставить вопрос о том, может или не может

соответствующее лицо начать коммуникативный акт, следует поставить вопрос о характере коммуникативного акта как такового.

Например, имеет ли иницируемый коммуникативный акт некий прецедент, позволяющий рассматривать данный акт как один из действительно возможных? Понятно, скажем, что, если полководец из приводимого нами примера отдает солдату приказ взять в жены собаку, апеллировать<sup>к</sup> какому-либо прецеденту не представляется возможным. Аналоги ситуаций такого рода обнару-

жить, мягко говоря, трудно (во всяком случае, в активной памяти коммуникантов), стало быть, приказ неосуществим, каким бы авторитетом для солдата полководец ни был. В этом смысле приказ полководца и можно понимать как коммуникативно-бесперспективный.

Таким образом, тривиальное, на первый взгляд, утверждение об адресанте как лице, которому коммуникативный акт обязан своим возникновением, привело нас к некоторым серьезным законам коммуникации, которые в первую очередь должны быть сформулированы. В данном случае имеются в виду **правила инициации коммуникативного акта**, ответственность за исполне-

ние которых несет, естественно, адресант. Нарушение этих правил провоцирует самые разнообразные типы коммуникативных просчетов.

Совершенно очевидно, что даже при наличии подготовительных условий коммуникативного акта уже «на старте», фактически даже не приступив к речевому взаимодействию, можно сделать непоправимые ошибки, по существу загубив предстоящий контакт. Как раз за «благополучие на старте» и отвечают правила инициации коммуникативного акта.

**Правила инициации коммуникативного акта можно представить в виде определенной системы общих посылок,** регулирующих речевое поведение инициатора коммуникативного акта, который предварительно должен отдавать себе отчет в том, имеет ли он право начать коммуникативный акт, и если имеет, то должен ли и каким образом должен маркировать речевую ситуацию.

**Генеральные посылки** могут выглядеть, например, так:

- от меня не ждут инициации никакого коммуникативного акта (модель 1),
- от меня ждут инициации данного коммуникативного акта (модель 2);
- от меня ждут инициации другого коммуникативного акта (модель 3).

## § 2. Модель 1:

### **От меня не ждут инициации никакого коммуникативного акта**

*Посылка базируется на социальных конвенциях или диктуется ситуацией.*

Понятно, что от говорящего (пишущего) могут не ждать инициации коммуникативного акта в силу определенной социальной конвенции (А) или в силу специфики данной речевой ситуации (Б).



(А)

Если иметь в виду социальные конвенции, регулирующие инициацию того или иного коммуникативного акта, то удобно рассматривать коммуникантов как членов неких — строгих и нестрогих — социальных иерархий, например:

**начальник / администратор / работодатель** — *подчиненный, репрезентант / ответственный / уполномоченный* — *репрезентируемый,*

**старший чин (например, в армии)** — *младший чин, учитель / мастер / лектор* — *ученик / подмастерье / аудитория,*

**родители / взрослые** — *дети,*

**лидер** — *коллектив, . владелец* — *арендатор,*

**хозяин** — *гость*

и др.

Приведенная типология, разумеется, неполна и весьма условна — в том смысле, что она всего лишь демонстрирует, кому из участников коммуникации *традиционно* приписывается и не приписывается право инициации коммуникативного акта в обычных условиях.

Между прочим, иногда действительно очень желательно, чтобы «слабая» сторона речевого взаимодействия отдавала себе в этом отчет. Например, лицо, пригла-

шенное на допрос, не наделено социальным правом допрашивать следователя, как и студент, пришедший на экзамен, лишен права экзаменовывать преподавателя (во избежание, скажем, проигрывания тривиальной речевой модели типа *вопросы тут задаю я, а не Вы*). Подобные коммуникативные акты обычно требуют чисто автоматических реакций партнеров: это обусловлено тем, что представления о собственных социальных возможностях заложены, как правило, в подсознании индивида и даже не предполагают предварительного «проговаривания» речевых полномочий коммуникантов.

Правда, перед нами ни в коем случае не абсолютный закон речевого взаимодействия, но лишь некий — правда, иногда весьма отчетливый — ориентир. Разумеется, «слабая» сторона часто все же берет на себя соответствующую инициативу. В подобных случаях инициатору коммуникативного акта следует постоянно помнить о том, что набор присущих ему социальных ролей не включает роли инициатора коммуникативного акта *данного* типа, и руководствоваться этим сведением на протяжении всего взаимодействия.

В идеале каждый из нас, иницируя тот или иной коммуникативный акт, хорошо понимает, насколько он в данном случае «в своей тарелке», и, если нам случается инициировать коммуникативный акт, не являющийся, в сущности, «нашим», мы обычно готовы к тому, чтобы еще до начала взаимодействия представить собеседнику некоторые довольно веские доводы, заставившие нас превысить свои полномочия, или, во всяком случае, обозначить наше понимание того, что полномочия будут превышены (модель: *это, скорее всего, не мое дело, и тем не менее...*). Проводя такую «подготовку», мы тем самым хотя бы отчасти гарантируем успешность будущего коммуникативного акта, который иначе оказывается под угрозой провала. Вот почему маркировать параметры речевой ситуации (см. гл. 2, § 3.2.2) в подобных случаях является не столько этически желательным, сколько прагматически необходимым.

К средствам маркировки параметров речевой ситуации относятся не только традиционные *прагматические клише* (подробно понятие прагматического клише обсуждается в гл. 5, § 4), но и средства, маркирующие модальность коммуникативного акта, *т. е. отношение говорящего к собственным высказываниям*. Не нужно доказывать, что инициатор коммуникативного акта, предлагающий собственные высказывания в качестве «общеобязательных», — даже при наличии соответствующего «социального права», а уж тем более при отсутствии такового! — неизбежно теряет лучшую часть аудитории. На ту же потерю

обрекает себя и тот, кто «не считает себя достойным» речевой инициативы и постоянно напоминает об этом адресату. Иными словами, с модальностью роли инициатора коммуникативного акта важно еще и уметь «нравиться, особенно если речь идет не о том, чтобы осуществить коммуникативный акт любой ценой, но о том, чтобы осуществить его *успешно, т. е. придав ему коммуникативную перспективу.*

(Б)

Понятно, что право инициации коммуникативного акта дает не только позиция говорящего (пишущего) в социальной иерархии, но и его расположение в составе той или иной речевой ситуации. Иными словами, право инициации коммуникативного акта может определяться самой *речевой ситуацией* — и в этом случае практически безразлично, какое место в социальной иерархии коммуникантам отведено.

Кстати, часть коммуникативных неудач объясняется В подобных случаях *именно* «злоупотреблением властью»: *социально «сильная»* позиция, занимаемая одним из коммуникантов, стихийно воспринимается им как дающая право всегда быть «сильной» стороной и в процессах их коммуникации. Такое заблуждение однозначно ведет к провалу коммуникативной стратегии адресанта, особенно в случаях (Б), — коммуникация развивается в соответствии тривиальной моделью: «*Здесь ты мне не*

хозяин...» Подобный тип «злоупотребления властью» отчасти характеризовал бы также полководца из нашего примера, если бы он действительно отдал своему солдату приказ жениться на собаке.

Однако и постоянный учет «слабой» стороной социальных достоинств «сильной» стороны также не содействует успеху коммуникации: отказ взять на себя речевую инициативу приводит к провалу собственной коммуникативной стратегии и необходимости идти на поводу у «начальника». Вероятно, следует исходить из того, что отказ такой вовсе не является хорошим прагматическим ходом, особенно если учесть, что в распоряжении адресата всегда

есть некоторое количество прагматических клише, способных выручить его даже в самых безнадежных речевых ситуациях (типа *в интересах дела...* или *понятно, что у нас с Вами одни и те же заботы...* и проч.).

В обычных — неконфликтных — случаях как «сильной», так и «слабой» социальной стороне для инициации неожиданного коммуникативного акта вполне достаточно бывает маркировать речевую ситуацию в качестве правильно осознаваемой.

Маркировка речевой ситуации опять-таки происходит посредством соответствующих прагматических клише (я, *пожалуй, возьму на себя смелость сказать, что...*; *я хорошо понимаю, что не мне об этом напоминать...*; *я сознаю, что это прозвучит неожиданно... и т. п.*). Получив один из таких «сигналов», собеседник, как правило, принимает предлагаемые условия речевого взаимодействия, вполне удовлетворяясь тем, что в оценке параметров речевой ситуации (например, в качестве уникальной) инициатор коммуникативного акта и он сам — едины. Правильно выбранная модальность только укрепит позиции инициатора коммуникативного акта.

В тех случаях, *когда коммуниканты находятся на одном и том же социальном уровне*, коммуникативный акт почти всегда предполагает эксплицитные (выраженные) мотивировки со стороны адресанта: необходимым оказы-

ищется дать понять собеседнику, на каком основании право «открыть» речевое взаимодействие принадлежит именно данному лицу. Имеются в виду, таким образом, речевые ситуации, когда взаимодействие складывается как равноправное партнерство (*коллега — коллега, сосед — со-• < ч и т. п.*). Иными словами, речь идет о коммуникации, которая потенциально может быть иницирована любой из Сторон: инициация коммуникативного акта не является лл-,1 собеседника такой уж неожиданностью, а потому «веских доводов» для обоснования своего права «начать» чаще всего не требуется.

В подобных речевых условиях в ход идут такие не слишком явные прагматические клише, как *я хотел бы зайти, чтобы поговорить о...; есть одна проблема, которую надо обсудить...; у меня к Вам вот какой вопрос...* и др. (ср. также правила выбора и презентации референта, речь о которых идет в гл. 4, § 2).

В этом же ряду находятся случаи «непрозрачных», или *нечетко субординированных, отношений* (автор — читатель, врач — пациент, покупатель — продавец и др. под.): прагматические клише, имеющие хождение здесь, Гора (до более явные и даже яркие (ср. хотя бы общеизвестное булгаковское: «За мной, читатель!») — видимо, в силу того, что некоторая «неуравновешенность» контакта при таких отношениях ощущается коммуникантами почти постоянно.

Впрочем, даже неожиданная инициация коммуникативного акта во всех последних случаях не представляет собой особенно сложной проблемы ни для коммуникации для науки.

### § 3. Модель 2:

#### **От меня ждут инициации данного коммуникативного акта**

*При обсуждении данной посылки тоже следует пи, и виду социальные конвенции (A<sup>1</sup>), с одной сторо-41.1, а специфику речевой ситуации (B<sup>1</sup>) — с другой.*

(A1)

Здесь предполагаются случаи, когда от некоего лица — в силу того, что оно занимает довольно *высокую позицию в социальной иерархии*, — в первую очередь ожидается инициация коммуникативного акта, разумеется, прежде всего (и, хотелось бы сказать, исключительно) *в условиях конвенциональной речевой ситуации*.

Так, когда корабль идет ко дну, естественнее ожидать указаний, как действовать команде, от капитана, чем от юнги. Или если необходимо представлять какую-то фирму на международной встрече, то нормально ожидать, что функцию представительства

выполнит некто, входящий в состав администрации фирмы, а не, скажем, секретарша — пусть и директорская.

Стало быть, речь в данном случае не идет о том, что *кто-то берет на себя* соответствующую речевую инициативу — инициатива эта изначально, по законам организации социальной иерархии, принадлежит ему. Она, так сказать, является его неотъемлемым правом и поэтому просто не обсуждается. Другое дело, оправдает ли данное лицо свой высокий социальный статус в условиях конкретного коммуникативного акта: этот вопрос будет решаться уже по окончании речевого взаимодействия. На старте же обращение наиболее вероятного кандидата на инициацию коммуникативного акта к своему «праву голоса» не нуждается ни в каких дополнительных и даже эксплицитных мотивировках со стороны адресанта.

Кстати, даже в наиболее социально обусловленных речевых ситуациях злоупотреблять своим «правом голоса» все же, наверное, едва ли следует. Так, выступая перед аудиторией, состав которой неизвестен (или достаточно широк), прагматически грамотный лектор (*конвенциональный* инициатор!) обязан предположить в ней наличие специалистов, лучше разбирающихся в отдельных аспектах обсуждаемой им проблематики, поэтому отнюдь не лишним для инициатора коммуникативного акта будет точное обозначение того, какое

место в его изысканиях занимает данная проблематика (прагматическое клише *в настоящий момент я не готов отвечать за такие аспекты проблемы, как...*). Это один и.! прагматически грамотных способов нейтрализации возможной агрессивности специалистов и превращения их из потенциальных противников в реальных союзников. Кроме того, прагматически грамотный лектор, конечно, воздержится и от «жесткой модальности» в собственных формулировках.

**(Б1)**

Всегда ли достаточно конвенционального капитала для инициации процесса общения? На данный вопрос можно было бы смело отвечать утвердительно, если бы законами речевого взаимодействия управляли только социальные позиции участников коммуникативного акта. Но, как мы уже видели при анализе первой посылки, иногда гораздо важнее оказывается не то, что диктуется индивидуальными параметрами личности, а то, к чему склоняет эту личность соответствующая речевая ситуация. То есть: решение, кому принадлежит право инициации коммуникативного акта, часто принимается «с учетом момента». Именно «момент» и определяет нередко, от кого в условиях данной речевой ситуации следует ожидать инициации коммуникативного акта.

Подобные случаи требуют от участников коммуникации навыков достаточно быстрой и безошибочной ориентации в параметрах речевой ситуации. Осознание ситуации как «принадлежащей» или «не принадлежащей», прежде всего признак коммуникативной компетенции коммуниканта, а также показатель его коммуникативного опыта, включающего среди прочих коммуникативных ролей еще и роль стихийного речевого лидера.

Эта роль во многом базируется на уже имеющемся к данному моменту авторитете (в том числе и речевом авторитете) ЛИЧНОСТИ, а потому не может быть рассмотрена как простая производная ситуации. Стихийный рече-

37

вой лидер обычно не нуждается в том, чтобы в экстремальных условиях обозначать свое право на инициацию коммуникативного акта, и особенно тогда, когда такая инициация от него ожидается.

#### § 4. Модель 3:

От меня ждут инициации другого коммуникативного акта

Данная модель и связанная с ней посылка — в отличие от модели 1 и модели 2 (разумеется, при их ненарушении!) — предполагают случаи ошибочной инициации коммуникативного акта, т. е. инициацию его *вместо* ожидаемого коммуникативного

акта. Будем в рабочем порядке называть такие *случаи* случаями **ошибочной инициации коммуникативного акта**.

Понятно, что речь идет о речевых ситуациях, когда предлагаемый коммуникативный акт неприемлем. Причины, по которым он неприемлем, уже, как правило, безотносительны к социальным конвенциям: как *конвенциональный*, так и *неконвенциональный* инициатор коммуникативного акта не застрахованы от ошибочного выбора коммуникативной стратегии.

Данная модель реферирует (обращена) к нескольким случаям ошибочной инициации коммуникативного акта:

- инициация коммуникативного акта, не имеющего прецедентов;
- инициация коммуникативного акта, тип которого вышел из употребления;
- инициация коммуникативного акта, трактуемого превратно или чрезмерно индивидуально;
- инициация неадекватно сигнализируемого коммуникативного акта;
- инициация коммуникативного акта, не подлежащего отчетливой вербализации.

Прежде чем обращаться к анализу каждого случая в отдельности, следует заметить: несмотря на то, что все

перечисленные случаи действительно квалифицируются как случаи «коммуникативной неудачи на старте», абсолютного запрета на инициацию соответствующих коммуникативных актов никто не налагает. Речь идет не о том, что данная группа коммуникативных актов состоит из актов, которые *невозможно инициировать* (подобные коммуникативные акты, как показывает практика, иницируются чуть ли не на каждом шагу!),— речь идет исключительно о том, что коммуникативные акты такого рода возможно *только инициировать*, но невозможно продолжать и в



конце концов осуществить (во всяком случае, без специальных и, кстати, довольно искусственных оговорок, которые в учебных целях будут приведены по ходу обсуждения каждого случая). Так что на всем протяжении разговора о них следует помнить: *эти коммуникативные акты не имеют (успешной) коммуникативной перспективы.*

(Мы ограничиваемся констатацией факта отсутствия прагматической перспективы вместо введения более принятого в лингвистической прагматике термина, характеризующего достижения желаемых последствий реальной действительности.)

§ 4.1. Инициация коммуникативного акта, не имеющего прецедентов

Одна из таких попыток уже была проанализирована выше на примере с полководцем, якобы отдавшим приказ солдату жениться на собаке. Даже при самом благоприятном стечении внешних обстоятельств (сделаем такое безумное предположение, что солдат, самозабвенно готовый выполнить любой, в том числе и этот, приказ любимого полководца, вообще не задумываясь о его содержании, отвечает: «Есть!» — и идет жениться на собаке т. е. при успешности коммуникативного акта как такового (приказ принят!), *он тем не менее не приведет к а и планируемому результату* — в данном случае к выполнению приказа. В противном случае было бы необходи-

мо, чтобы состоялась процедура бракосочетания с собакой, что не предусмотрено гражданским кодексом ни одной известной мне страны.

Несмотря на то, что рассмотренный случай не имеет под собой реалистической речевой ситуации, он весьма ярок: на нем удобнее всего показать интересующий нас тип коммуникативного акта, поскольку в реальности подобные коммуникативные акты — при нормальных условиях — безуспешны. Однако, например, по

той же схеме осуществляется инициация таких коммуникативных актов, как предложение достать луну с небес для возлюбленной, приглашение любить театр всеми силами души своей, пожелание только солнечных дней в году, с одной стороны, и распоряжение исключить случаи опоздания на работу, обещание жить по средствам или наказ приложить все усилия — с другой.

Большинство коммуникативных актов подобного типа (за исключением, пожалуй, тех, которые свидетельствуют о действительном намерении адресанта поставить собеседника в неприемлемые условия или перед невыполнимой задачей, иначе говоря, за исключением проявлений очевидного самодурства, эксплуатируют так называемые «бытовые гиперболы» (гипербола — риторическая фигура, эффект преувеличения), которые, как правило, редко воспринимаются всерьез. Тем не менее, подобные «бытовые гиперболы» в большом ходу тогда, когда адресант намерен предложить собеседнику коммуникативный акт, ответственности за который никто не несет.

Некоторые случаи инициации коммуникативных актов, не имевших прецедентов, довольно трудно распознать. Однако при нацеленности внимания на обычно сопровождающие такой коммуникативный акт речевые сигналы задача упрощается. Так, намерение автора того или иного текста предложить «всесторонний анализ проблемы» или «дать исчерпывающее описание объекта» уже само по себе весьма подозрительно в силу своей

утопичности. Рекламное приглашение испробовать "уникальное средство» или «препарат, не имеющий аналогов», также воспринимается не без предубеждения. Положительная рецензия, оценивающая рецензируемый труд как «беспрецедентный вклад в науку» или как предполагающий единственно возможное решение проблемы, фактически тоже апеллирует к кругу ситуаций, т имеющих аналогов. Характеристика кого бы то ни БЫЛО как «человека кристальной честности, душой и теизм преданного делу» — из того же разряда случаев. Поэтому коммуникативные акты

обычно оформляются с помощью речевых стереотипов (непрагматических клише! — см. гл. 5, § 3).

Обреченность коммуникативных актов данного типа на провал очевидна: фактически с момента их инициации адресант вступает в конфликт не столько с адресатом, сколько, так сказать, со здравым смыслом, как правило, присущим собеседнику. Поэтому, если инициировать такой коммуникативный акт все же почему-либо необходимо, предварительным условием к нему является сложная превентивная акция — «отключение здравого смысла как негласного параметра речевой ситуации» (так, предложение «достать Луну с неба» предполагает в качестве одного из параметров коммуникативного акта состояние влюбленности: это одно из состояний, при которых здравый смысл "отключен»; отключен он и в состоянии «административной ярости», когда отдается распоряжение исключить случаи опоздания на работу (ср. также «Всех уволю»), и т. д.).

Иными словами, перед началом подобного коммуникативного акта требуется некий предупредительный намек на то, что речевое взаимодействие будет происходить в «необычных» условиях. Только при наличии такого знака можно считать собеседника готовым. Полное или менее «правильно прочесть» предлагаемую речевую ситуацию, а соответствующий коммуникативный акт — возможным «без учета последствий».

#### **§ 4.2. Инициация коммуникативного акта, тип которого вышел из употребления**

Классическим примером такого коммуникативного акта является вызов на дуэль в конце XX века, когда дуэль фактически перестала — в обычных ситуациях (оговорка для тех, кто склонен «реставрировать» кодекс чести применительно к нашему времени) — быть средством решения каких бы то ни было проблем. Для получившего такой вызов присутствие на дуэли больше уже не является «делом чести», и он смело может игнорировать

навязываемый ему анахронический способ взаимодействия, не боясь при этом социального возмездия в виде «презрения современников».

Современники, скорее, и сами склонны будут счесть того, кто вызывает на дуэль, человеком не вполне вменяемым.

После этого, нарочито демонстративного, примера легко перейти к кругу менее выразительных, но зато более типичных ситуаций, когда адресант фактически апеллирует к более неактуальной для собеседника модели социального (и соответственно речевого) поведения. Кстати, наиболее остро соответствующий вопрос стоит применительно к актуальной российской реальности: смена государственного строя, к сожалению, не разрушила полностью в сознании людей прежних норм социального поведения. Привычка апеллировать к номенклатурно-государственной системе отношений, а также все-еще-приемлемость таких отношений для некоторых социальных структур — вот причины, в силу которых обсуждаемый тип коммуникативного акта столь широко представлен именно в современном российском обиходе.

Видимо, правы те, кто считает, что полный отказ от соответствующих речевых моделей произойдет в обществе еще не скоро: действительно, новый тип социальных отношений не создал пока такой сбалансированной (пусть и искусственно сбалансированной) системы норм социального поведения, каковая была при советской власти.

Представим себе коммуникативный акт вроде «жалобы в местком»: коммуникативный акт такого типа все еще существует в настоящее время, правда, в виде «жалобы на производство», — и это несмотря на то, что практически повсеместно таких жалоб больше некому принять, поскольку производственные коллективы научились уже, кажется, не вмешиваться в частную жизнь I поп к работников. Стало быть, рассчитывать на то, что инициация соответствующего коммуникативного акта приведет к успешному его развитию, сегодня едва ли реалистично.

Или взять, скажем, инициацию такого коммуникативного акта, как «с завтрашнего дня вы уволены»: он не всегда успешен, поскольку времена абсолютной власти чиновников прошли, несмотря на то, что реминисценции кое-где еще сохраняются, и вопросы об увольнении уже не решаются так просто (мы не имеем в виду частные предприятия, где могут уволить не с завтрашнего дня, а со следующей минуты).

Следующий пример: инициация коммуникативного акта типа «общественное порицание». Вряд ли и этот коммуникативный акт способен полноценно осуществиться при той расплывчатости, которую в настоящее время приобретает понятие «общественность»: общественность постепенно перестает быть однородной, так рассчитывать на единодушие в оценке событий становится все труднее.

Вместе с тем, разумеется, для порядка, следует отметить и прямо противоположные ситуации: когда в прошлом не актуализировавшиеся типы коммуникативных актов смело могут иницироваться сегодня. Например, предложение повести невесту под венец апеллирует к широко распространенной сегодня практике венчания в церкви. В прошлом же подобная процедура была возможна лишь среди тех, кто намеренно выключал себя из дарственного контекста.

При инициации коммуникативных актов, типы которых вышли из употребления,— в том случае, если

необходимость осуществить их (времени вопреки!) все же возникает,— следует, само собой, постоянно учитывать возможность провала коммуникативной стратегии. Скорее всего, катастрофа произойдет уже вначале, при первой же ответной реплике адресата. Чтобы избежать роковых последствий в виде этой реплики, необходимо, по меньшей мере, предупредить собеседника о причинах, которые заставляют адресанта обращаться к анахронической коммуникативной ситуации, т. е. дать понять собеседнику, что инициатор соответствующего коммуникативного акта хорошо представляет себе, в какую речевую ситуацию он погружает партнера.

В этом случае адресат может, хотя бы временно, принять правила соответствующей игры и согласиться «забыть» о собственном отношении к параметрам речевой ситуации. Таким образом, коммуникативному акту сообщается хоть какая-то вербальная (если уж не коммуникативная!) перспектива или, во всяком случае, некий резерв времени, в течение которого он может «непродуктивно развиваться». Здесь годятся прагматические клише типа *прошу Вас рассматривать это как исключение; я понимаю, что это выглядит как анахронизм.*

Однако даже при такой подготовке следует иметь в виду: адресанту лишь в редчайших случаях удастся добиться осуществления в реальности отвергнутой временем коммуникативной схемы. Вынудить к этому собеседника даже «разумными доводами» (например, апелляцией к доброму старому времени), хитростью или силой нереально отчасти еще и в силу зафиксированного А. Франсом стереотипа взгляда на прошлое: «История человечества есть история ошибок».

*Безусловно, успешным* — также и на уровне реальных последствий — коммуникативный акт, тип которого вышел из употребления, может быть лишь при одном условии: *предварительном единстве коммуникантов во взгляде на речевую ситуацию соответствующего типа.* Только в том случае, если на этапе инициации ком-

муникативного акта отсутствуют разногласия, коммуниканты будут пытаться совместно развивать коммуникативную схему и общими усилиями реализовывать ее. Условно говоря, муж может позволить себе руководствоваться принципами «Домостроя» только в том случае, если жена готова принять эти принципы.

### **§ 4.3. Инициация коммуникативного акта, трактуемого превратно или чрезмерно индивидуально**

В комплекс неписаных правил речевой коммуникации входит, в частности, наличие в распоряжении коммуникантов некоторых общих для них речевых навыков — их называют *представлениями о фреймах* (подробнее об этом см. гл. 2, § 2) и включают в понятие речевой компетенции. А речевая компетенция, как мы договорились, *реализуется* в речевом опыте как совокупности представлений о том, к какому типу коммуникативного акта в каких случаях чаще всего прибегают.

Таким образом, от лица, берущего на себя ответственность инициировать тот или иной коммуникативный акт, естественно ожидать трезвой оценки характера коммуникативного акта, предлагаемого к осуществлению. В нормальных случаях его представления о том, что это за коммуникативный акт, не должны, как мы помним, расходиться с соответствующими представлениями партнера. Только при этом условии партнер сможет разделить коммуникативную цель говорящего. Условно говоря, если я намерен поощрить кого-либо посредством оплеухи, моя коммуникативная цель, скорее всего, все-таки не будет разделена моим собеседником.

Особенность коммуникативных актов этого типа заключается в том, что сам говорящий, как правило, придерживается ошибочного представления о назначении соответствующей речевой процедуры. Намерения адресанта просто не могут быть достигнуты с помощью тех средств, к которым он прибегает. Типичная

реакция адресата в таких случаях — отклонение негодных, с его точки зрения, средств (например: «*так* не утешают», или «такие советуют», или «*так* не признаются в любви»).

В принципе «прагматически здоровые» члены языкового коллектива застрахованы от инициации подобных коммуникативных актов, так сказать, биологически — нормально люди не предпринимают саморазрушительных речевых акций (что доказано, в частности, лингвистом З. Вендлером, продуктивно занимавшимся интерпретацией аномальных высказываний).

Однако нарушение механизмов самооценки представляет собой, к сожалению, не слишком редкое явление. Завышенная самооценка, как правило, провоцирует такие коммуникативные стратегии, как: я могу это себе позволить. Противоположные же коммуникативные стратегии (типа: **мне** лучше *опять* *воздержаться*) свидетельствуют, наоборот, о заниженной самооценке.

Разумеется, готовность скорректировать свои представления о назначении той или иной речевой процедуры уже в процессе самой процедуры способна спасти коммуникативный акт, которому в противном случае грозит провал. Однако спасти его возможно именно только на стадии инициации, иными словами, тогда, когда коммуникативный акт еще не стал *определенно* *данным* коммуникативным актом. А это фактически означает отказ от данного коммуникативного акта в угоду новому. Таким образом, предложенное средство спасения — из разряда радикальных и напоминает известную анекдотическую ситуацию, когда вместо того, чтобы вымыть испачкавшихся детей, муж предлагает жене родить «новых».

Прибегая к еще одной вариации, скажем: спасение коммуникативного акта, трактуемого адресантом превратно или слишком индивидуально, означает на самом деле *инициацию* *другого* коммуникативного акта, по поводу назначения которого у коммуникантов не будет расхождений.

Между тем практика речевого общения показывает, что адресант в подобных речевых ситуациях отнюдь не склонен к отказу от скомпрометированной уже на первом этапе коммуникативной стратегии, но продолжает и в дальнейшем придерживаться именно ее. «Подвох» здесь в том, что судить о неполноценности коммуникативных актов, инициированных таким образом, можно лишь по окончании процедуры взаимодействия на основании негодного результата. Именно по этой причине коммуникативные акты подобного типа *полноценно* осуществиться фактически не могут.



Однако практические следствия все же каким-то чудом осуществившихся коммуникативных актов, трактуемых превратно или слишком индивидуально, отнюдь не однозначны. Иногда высокое положение адресанта в социальной иерархии приводит адресата к проигрыванию следующей, например, речевой модели: *Вы не убедили меня, но мне ничего не остается, как согласиться.*

Или в экстремальной речевой ситуации, когда доводы рассудка не принимаются во внимание, адресат может пойти на поводу негодной коммуникативной стратегии адресанта просто в силу усталости и/или нежелания выполнять свою коммуникативную роль далее (модель: *делай что хочешь — только оставь меня в покое*). Однако понятно, что обольщаться «коммуникативной победой» адресанту в такого рода ситуациях не стоит — коммуникативный провал уже состоялся, только он еще об этом не знает.

Заметим, что по сравнению с другими рассмотренными выше случаями данный случай оказывается наиболее «безнадежным» и, в силу психологических механизмов речевого поведения, принадлежит к разряду фактически не корректируемых речевых ситуаций.

При анализе одной из групп в составе этого типа коммуникативных актов (читателю предлагается самому представить себе их характер) необходимо обратиться к критерию искренности, речь о котором впереди (см. гл. 3, § 2).

#### § 4.4. Инициация неадекватно сигнализируемого коммуникативного акта

Данный случай также реферирует к неучету адресантом объективного «положения дел на старте». Однако на сей раз неправильно выбранная им коммуникативная стратегия не есть следствие коммуникативного произвола говорящего, но лишь результат ошибочного использования им «рабочего инструментария».

От предшествующего случая, когда предлагаемая адресантом коммуникативная стратегия *неприемлема в принципе*, случай 4

отличается тем, что он охватывает ситуации *приемлемых вообще, но непригодных для данного акта взаимодействия коммуникативных стратегий*. Наглядно представить себе соответствующий речевой механизм может помочь, например, фрагмент из «Охоты на Снарка» Льюиса Кэрролла:

*Все умолкли. Никто не рычал в этот час —*

*Только вздохи и стоны кругом...*

*«Ну!» — толкнули беднягу.— Он начал рассказ*

*Допотопным своим языком:*

*«Отец мой и Матерь честны, но бедны...»*

*«Пропустите их! — Боцман вскричал.—*

*Скоро спустится мрак — и прощай тогда Смарк:*

*Он не станет гулять по ночам!»*

*«Пропущу сорок лет,— всхлипнул пекарь в ответ,—*

*И позволю себе без прикрас*

*Рассказать о том памятном дне, когда мне*

*Оказаться пришлось среди вас.*

*М-да... мой дядюшка (я его имя ношу),*

*Прощаясь, сказал мне о том...»*

*«Пропустите! Не то я тут всех порешу!» —*

*Рявкнул Боцман и сделал бом-бом.*

Перед нами пример «злоупотребления подробностями» (модель: *я начну издадека*) — причем в ситуации, ког-

да слушатели определенно ожидают от инициатора коммуникативного акта краткой и точной информации. При подобном старте адресант сильно рискует потерять адресата, обычно рано или поздно распознающего «подлог» и стремление протащить неудобную для него коммуникативную стратегию. Адресант может начать *без необходимости* говорить притчами, когда от него ждут прямого текста, или, напротив — *без необходимости же*, — прибегнуть к жестким формулировкам вместо ожидаемых от него «версатильных» (гибких) конструкций.

Дело, разумеется, не в том, что избранный адресантом инструментарий вообще неприемлем: он приемлем, но *необходим* конкретно в данном случае, хотя в других случаях может оказаться именно тем, что требуется (так, подробности по поводу жизни персонажа из «Охоты на Снарка» аудитория, может быть, с удовольствием выслушала бы каким-нибудь «долгим зимним вечером у камина»).

Обычно инициация коммуникативного акта, сигнализируемого неадекватно, свидетельствует о неумении (или неготовности) адресанта именно в данном случае взять на себя речевую инициативу. Интересно, что «исправить» начатый таким образом коммуникативный акт не так уж трудно: адресата, скажем, может вполне успокоить демонстративное обозначение приема — хотя бы и на уровне речевых клише. Например: «Мне придется начать издалека, но у меня нет другого выхода» или «Чтобы Вы лучше поняли, что я имею в виду, приведу одну притчу».

Разумеется, адресат остается вправе оценить прием как неудачный, однако у него уже нет оснований считать его неосознанным, а адресанта — неподходящей на роль инициатора коммуникативного акта кандидатурой. Кроме того, в «острых случаях», когда относиться к ошибочной «технике взаимодействия» с уважением просто нет Времени или сил, адресат может и попросить адресанта применить «систему сигналов».

«Непопадание» в стилистику речевой ситуации (а послать неадекватный сигнал и есть непопадание в стилистику) — одна из наиболее частотных ошибок коммуни-

кантов. В принципе *Случаи 1—3* можно квалифицировать как — по сравнению со *Случаем 4* — гораздо менее распространенные типы ошибочной инициации коммуникативных актов в речевой практике.

*Случай 4*, однако, почти всегда незримо «присутствует где-то поблизости» как некая потенциальная угроза срыва коммуникативной стратегии. Чаще всего угроза такая возникает из-за непродуманности адресатом структуры коммуникативного акта в

целом (разумеется, если он по каким-то причинам сознательно не предпочитает *Случай 4* как прием): если адресант «стартует» как и с чего попало, он рискует оказаться на неверном пути, поскольку спонтанные решения обыкновенно ведут к непредвиденным следствиям.

Однако избежать столкновения со *Случаем 4* отнюдь не так просто, как иногда кажется даже опытным речевым стратегам, например, таким, как признанный мастер коммуникативных стратегий Дейл Карнеги. Он, в частности, полагает, что «взять аудиторию» лектору проще всего тогда, когда тот «с порога» погружает ее в предельно конкретную житейскую ситуацию, соотношенную с темой будущей лекции. Такой тип инициации коммуникативного акта в настоящее время можно уже, пожалуй, считать **американским стереотипом речевого поведения**, нередко вызывающим раздражение аудитории еще до момента начала «разговора по существу».

Например, на языке журналистов этот прием получил полупрезрительное название «**завлекалки**», и любой уважающий себя речевой стратег постарается сегодня избежать такого приема как слишком дешевого. Тем не менее, американские «рекламные продукты» презентуются чаще всего именно в соответствии с этой коммуникативной стратегией: некая, никому не известная миссис Смит, появившись на экране, начинает рассказывать о своей тяжелой жизни до того момента, пока в поле ее зрения не попало новое моющее средство. Адресат же все это время с нетерпением ждет, куда же, в конце концов, приведет его словоохотливая миссис Смит,

50

и часто оказывается, что конечная цель ее коммуникативной стратегии ему отнюдь не интересна. Подобного рода «завлекалки» на сегодняшний день оборачиваются желанием адресата приглушить телевизор на время всего монолога миссис Смит и прибавить громкость лишь тогда, когда она исчезнет с экрана.

Таким образом, иногда даже общепризнанные (или, но крайней мере, социально одобренные) способы инициации

коммуникативного акта не приносят желаемых Результатов. Применительно к нашему случаю (Случай 4) вопрос заключается, как мы понимаем, не в конвенциях, .1 и параметрах речевой ситуации, которые должны быть оценены с точки зрения **соответствия речевой ситуации**

самой себе. Например: не впадаю ли я в ошибку, квалифицируя данную речевую ситуацию как ситуацию, в которой от меня требуется защита моих убеждений (может быть, на мои убеждения в действительности никто и не достигает!)?

Оценка речевой ситуации как именно и определенно *успешной*, вне всякого сомнения, застрахует меня от посылки неадекватного ситуации сигнала. Ибо нет ничего более бесполезного, как убеждать собеседника в своей правоте, когда он в этом не сомневается, отклонять точку зрения, которую никто не защищает, мыслить широкими категориями, когда от тебя ждут конкретного совета, и, наоборот, давать конкретные советы, когда обсуждается генеральный вопрос. Между тем именно подобные речевые стратегии и оказываются типичными, когда речь идет об инициации коммуникативных актов, сигнализируемых Неадекватно.

#### **§ 4.5. Инициация коммуникативного акта, не поддающегося отчетливой вербализации**

Образом подобных «ошибок на старте» является известная речевая формула *пойди туда не знаю куда, принеси то, не знаю что*, обыгрываемая, в частности, в одной

из русских народных сказок. Речь, иначе говоря, идет о речевых ситуациях, в которых адресант не имеет, в сущности, никакой коммуникативной стратегии. Он инициирует коммуникативный акт, цель которого ему самому не ясна, нарушая, таким образом, одно из предварительных условий коммуникации. Если в *Случае 3* адресант имеет превратные представления о коммуникативном акте, в *Случае 4* — превратные представления о средствах, которые

ведут к нужной ему цели, то в *Случае 5* сама коммуникативная цель оказывается, мягко выражаясь, сомнительной.

Хорошо известно, что инициация ряда коммуникативных актов вообще не необходима — на сей счет, существует хорошее правило: говори только тогда, когда не можешь молчать. Однако в речевой практике весьма часты ситуации, когда говорящий находится на такой ранней стадии формирующихся у него представлений о коммуникативном процессе, что ему — со всей очевидностью — лучше было бы вообще не брать на себя речевую инициативу.

И дело не в том, что его взгляд на ту или иную речевую ситуацию неадекватен, — дело просто в том, что в данном случае у него вообще отсутствует взгляд как таковой. Единственной уместной реакцией на инициацию коммуникативного акта, не поддающегося отчетливой вербализации, является реакция типа: *Вы это к чему?*

Интересно, что обратной стороной данной «медали» является художественное творчество — прежде всего такие крайние его выражения, как поэзия (и в особенности поэзия абсурда): именно эта область речевого поведения предусматривает в качестве обязательной предпосылки иррациональность коммуникативных стратегий художника, непереваемость практического речевого опыта в сферу «художественной практики». Например, у Осипа Мандельштама мы можем найти:

*<...>Я хотел бы ни о чем  
Еще раз поговорить<...>*

Может быть, не будет большой ошибкой утверждать, что коммуникативный акт, поддающийся отчетливой вербализации, вовсе не должен иметь места, например в поэзии, иначе сама возможность «сказать еще и по-другому» делает обращение к поэтической форме необязательным.

Однако то, что существует в качестве непреложного икона «художественной практики», звучит как антизакон применительно

к обыденной речевой практике. Здесь принцип, *куда кривая выведет*, сигнализирует только и исключительно о возможной потере адресата, если адресат, разумеется, сам не относится к числу тех, кто не ставит перед собой никакой коммуникативной цели. Впрочем, *коммуникативная перспектива* теряется в случае такой установки и при наличии адресата «единомышленника».

В набор обязательных реакций коммуникантов в ходе речевого взаимодействия включается, что само собой разумеется, и **поиск «смысла» данной ситуации общения**. Поэтому естественно предполагать, что попытки такого рода — уже на старте — будут предприняты адресатом. В том случае, если ни одна из этих попыток не закончится успешно, можно гарантировать, что коммуникативная ситуация окажется загубленной, не успев, и так сказать, начаться. Отсутствие сигналов, которые служили бы адресату ориентирами в коммуникативной Стратегии адресанта, делает «почву», на которой строится и коммуникация, зыбкой и ненадежной.

В эту же группу ошибок инициации коммуникативных актов входят и случаи, когда коммуникативная цель адресанта просто не может быть вербально эксплицирована (словесно выражена) в силу этических или каких-либо других социальных причин (модель *тонкий намек на толстые обстоятельства*), а также при наличии предосудительной коммуникативной стратегии (например, полгать). Если коммуникативная цель обозначена чрезмерно абстрактно (чем бы при этом ни руководствовался адресант), поиски конкретного смысла взаимодейст-

вия со стороны адресата, будут продолжаться до тех пор, пока в ходе общения «предмет» все же не обозначится более или менее отчетливо (или пока не возникнет *иллюзия* взаимопонимания).

Однако рассчитывать на то, что адресат сам, без помощи адресанта, найдет «нить», все же не стоит. Что касается случаев сознательного использования «техники умалчивания», а также

способов дешифровки коммуникативных актов подобного рода, то они будут обсуждаться в главе «Код».

А вот коммуникативного акта, мотивированного исключительно положением партнера в социальной иерархии, в данном случае состояться просто не может: даже самый авторитарный лидер не способен навязать подчиненному разговор «о чем придется». Понятно, что в самом худшем случае собеседник просто спровоцирует речевую ситуацию развиваться в нужном ему направлении.

Итак, адресант как лицо, инициирующее коммуникативный акт, фактически обязан избежать ошибок инициации для того, чтобы коммуникативный акт мог благополучно осуществиться. В том случае, если им все же допущена одна из ошибок, происходит своего рода «фальстарт». Это название удобно предложить потому, что коммуникативный акт, начатый таким образом, все равно «не засчитывается» в качестве начатого — адресанту как бы предстоит совершить еще один, *правильный*, старт, чтобы коммуникативный акт имел возможность развиваться «по правилам».

Тем не менее, выше были предложены некоторые возможности «действовать» даже при условии фальстарта. Безусловно, надежда умирает последней, однако следует все-таки иметь в виду, что объявленные возможности имеют чисто символический характер: речь идет не о том, чтобы далее развертывать прежний коммуникативный акт, а скорее, о том, чтобы быстро перестроиться в предлагаемых условиях, заставив собеседника «забыть» компрометирующий фальстарт.

В соответствии с правилами спортивных соревнований бежать после фальстарта, в общем-то, запрещено но, поскольку любая аналогия в чем-то относительна и ограничена, в условиях *речевого* общения такая возможность все же существует. Иными словами, адресанту здесь необязательно возвращаться к линии старта и дожидаться следующего выстрела стартового пистолета — новый



старт можно осуществить уже на бегу. И по-видимому, иногда лучше поступить именно так, поскольку в условиях речевого общения отказаться от только что начатого коммуникативного акта означает просто потерять речевую инициативу и фактически расписаться в собственном неумении построить коммуникативную стратегию.

Как бы удачно ни складывался коммуникативный акт «после перестройки», реально это уже новый коммуникативный акт в условиях той же самой речевой ситуации. Данное замечание чисто теоретически весьма и весьма существенно: ошибки на старте — это ошибки, которые не дают начатому (т. е. *именно данному*, что принципиально!) коммуникативному акту осуществиться, и их не *следует путать* с коммуникативными неудачами по ходу «текущего» коммуникативного акта, который вполне может осуществиться как полноценный и речь о котором впереди.

Проанализированная система просчетов в коммуникативных стратегиях может быть, вслед за одним из основных (ложников лингвистической прагматики, *Дж. Остином*, названа «осечками» и квалифицироваться по разряду «нарушение правил обращения к процедуре» (*Дж. Остин*, < 35). В составе таких нарушений *Дж. Остин* выделял две группы осечек. Для первой группы ему не удалось найти названия (они только что проанализированы нами как нарушения правил инициации коммуникативного акта), предложенное же им название второй группы — нарушения правил применения процедуры. К анализу коммуникативных просчетов этого рода — *ошибки идентификации коммуникативного акта* — мы и приступаем.

## § 5. Идентификация коммуникативного акта

Если мы договорились, что ошибками инициации коммуникативного акта не исчерпывается типология просчетов в коммуникативной стратегии адресанта и что инициатор коммуникативного акта в идеале ответствен также за его развитие,

т. е. успешное (или, как минимум, нормальное) протекание коммуникативного акта и полноценное его завершение, то примем вот какое предположение.

Будем считать, что у нас есть право (социальное или ситуационно обусловленное) инициировать именно данный коммуникативный акт, что нам счастливо удалось избежать фальстарта и что речевая интуиция позволила нам «стартовать» более-менее правильно и вовремя. Таким образом, у инициированного нами коммуникативного акта есть коммуникативная перспектива, то есть ничто — после удачного старта — пока не мешает нам развертывать нашу коммуникативную стратегию в направлении к поставленной ранее коммуникативной цели.

Однако нельзя упускать из виду, что на этом пути, так сказать, в «пространстве и времени» данного коммуникативного акта нас подстерегает множество опасностей. Первая из них как раз и связана с ошибочной идентификацией коммуникативного акта.

Ошибки идентификации коммуникативного акта образуют не менее обширную группу коммуникативных промахов, которые тоже допустимо систематизировать и представить в виде некоторой типологии. Типология эта могла бы выглядеть следующим, например, образом:

- *коммуникативный акт неуместен (модель 1);*
- *коммуникативный акт несвоевременен (модель 2);*
- *коммуникативный акт дисбалансирован (модель 3);*
- *коммуникативный акт дезориентирован (модель 4).*

Фактически каждая из моделей реферирует к речевым ситуациям, главным признаком которых является

признак нерелевантности, т. е. несоответствия коммуникативного акта условиям речевого взаимодействия.

*Признак релевантности* есть один из самых важных и широко дискутируемых признаков лингвистической прагматики. Происходит это, прежде всего потому, что лингвистическая прагматика тесно связана с теорией информации. А в теории

информации уже достигнуто единство во взгляде на то, какие критерии можно считать **критериями информативности**. В качестве таковых обычно перечисляются:

- релевантность;
- нерелевантность;
- адекватность.

В теории речевых актов с признаком адекватности/неадекватности связан, прежде всего, круг проблем, соотнесенных с референтом (см. гл. 4, «Референт»), с признаком банальности/небанальности, круг проблем, соотнесенных с фатикой (см. гл. 3, § 7), признак же релевантности/нерелевантности широко обсуждается применительно к различным компонентам коммуникативного акта.

Сейчас мы впервые всерьез обращаемся к проблеме релевантности. Поэтому, анализируя коммуникативные просчеты в связи с идентификацией коммуникативного акта, попытаемся выяснить, прежде всего, как опознается релевантность, чтобы впоследствии, в главе «Контакт», продолжить разговор об этом на уровне *максимы релевантности*, сформулированной в качестве одного из главных законов благополучного речевого взаимодействия (см. гл. 3, § 3.3).

Итак, на данном этапе анализа уже не стоит вопроса о речевой инициативе: речевая инициатива, как мы договорились, бесспорно и по праву принадлежит адресанту — дело лишь в том, каким образом он этой инициативой распоряжается.

Распорядиться же речевой инициативой корректно тоже отнюдь не так просто, особенно в начале коммуни-

кативного акта, а речь все еще идет именно о начальной его стадии.

Строго говоря, теперь перед инициатором коммуникативного акта стоит задача доказать, что он действительно не зря обладает

правом инициации речевого взаимодействия, т. е. что он хорошо представляет себе, каким образом соответствующий коммуникативный акт должен развиваться. Иными словами, *ему предстоит продемонстрировать, что предлагаемый им речевой акт релевантен.*

Термину **релевантность** в русском языке нет точного соответствия. Чаще всего его переводят как «уместность». Но признак *места*, зримо присутствующий в русскоязычном варианте термина, способен только сбить с толку, поскольку тогда приходится уточнять, действительно ли речь идет о «месте», то есть пространственных условиях коммуникативного акта, или еще и о чем-либо другом, например о «времени» (уместность во времени), когда коммуникативный акт развертывается, или о «подходящем» собеседнике (уместность адресации), *в адрес которого* направлен коммуникативный акт, или, наконец, о «надлежащем» *содержании* (уместность информации) коммуникативного акта. Термин «релевантность» **полностью покрывает все эти аспекты**, не провоцируя никаких ложных ассоциаций. Этаблировать релевантный коммуникативный акт будет означать для нас правильно идентифицировать его характер.

### § 5.1. Модель 1:

Коммуникативный акт неуместен

Представим себе такую ситуацию, как праздничный ужин в доме юбиляра, и в ее составе — речь одного из гостей в честь хозяина. Перед произносящим речь стоит фактически только одна задача, а именно — в приличествующих случаю выражениях поздравить «виновника торжества». Понятно, что дом юбиляра не то *место*, где полагается рассказывать о недостатках хозяина, заняв

аудиторию перечнем дурных черт его характера. Может быть, в иных условиях, например на работе, те же самые сведения и были бы сочтены заслуживающими внимания, но в доме юбиляра это явно не то, чего гости ждут от произносящего речь. И, если он все же позволит себе подобного рода «обличения», его в лучшем случае просто попросят уступить место другому «тостующему».

Или возьмем другой случай, известный в речевой практике в связи с неуютным прагматическим клише: *об этом мы поговорим в другом месте*. Случай соотносится с широким кругом криминальных ситуаций и предполагает, что «на месте преступления» вина нарушителя с представителем власти не обсуждается — для подобного рода бесед предназначено другое «помещение».

Еще одно клише, *это не телефонный разговор*, также сигнализирует о необходимости перенести обсуждение проблемы в другое «место».

На памяти у каждого из нас множество речевых ситуаций, неточно локализованных в пространстве. Между тем представления о том, где мы в данный момент находимся (вплоть до осознания «широты и долготы», что тоже иногда важно, например, в случае проигрывания национально обусловленных моделей речевого поведения), казалось бы, должны неотлучно присутствовать в нашем сознании в процессе коммуникативного акта. Некий «сторож» обязан постоянно охранять вверенное ему пространство речевой ситуации, однако речевая практика, к сожалению, изобилует случаями отсутствия сторожа именно там, где он более всего необходим.

Скажем, насущные производственные вопросы — даже требующие срочного решения — не обсуждаются с начальством на лестнице, в туалете или по домашнему телефону (если «начальство», разумеется, не дает к этому специального сигнала); комплименты одной даме не делают в присутствии другой; приватную информацию не передают через третьих лиц — иными словами, в соответствии со старой английской пословицей, в доме повешенного не говорят о веревке.

И дело здесь не столько в речевом этикете (проблемы этикета представляют собой специальные проблемы и будут подробно охарактеризованы в главе 3), сколько в том, что при ошибочной локализации коммуникативного акта действительно трудно ожидать, что он будет успешным. «Скидки» на близкие отношения

коммуникантов, на их взаимные симпатии, на срочность разговора — все эти скидки, которые время от времени склонны делать инициаторы коммуникативных актов, чреватые, в конце концов, тем, что адресат может не пожелать принять во внимание благоприятный, с точки зрения говорящего, «фон» в качестве уважительной причины для нарушения правил обращения к коммуникативному акту.

Так что фактор риска при подобных речевых акциях чрезвычайно велик. И велик он, прежде всего потому, что коммуникативный акт, однажды локализованный неточно, влечет за собой, как правило, и неуспешность последующих коммуникативных актов, даже развивающихся в «нормальных» условиях речевого обихода: «возврат к теме» — в силу первой неудачной попытки — уже маркирован отрицательно, как «в целом неприемлемый».

Несмотря на то что «фактор места» присутствует в большинстве речевых ситуаций как невербализируемый, словесно не обозначаемый, т. е., в сущности, незаметный, ошибки локализации коммуникативного акта принадлежат к таким, которые запоминаются надолго: *«эффект» нарушения неписаных правил есть один из самых сильных речевых эффектов, чьи последствия всегда отрицательны и всегда сокрушительны для повторных коммуникативных стратегий.*

В этом смысле важно заметить, что неприемлемость неточно локализуемого коммуникативного акта есть признак абсолютный: нужны фантастически сильные аргументы, чтобы убедить адресата в необходимости продолжать коммуникативный акт подобного типа, и, если такие аргументы в распоряжении адресанта отсутствуют (а как правило, они отсутствуют), лучше всего

просто с извинениями прервать коммуникативный акт и передать речевую инициативу собеседнику или любому из присутствующих: как он распорядится ею, для нас уже практически не важно, поскольку речевая ситуация перестала быть «нашей».

Разумеется, в группе неточно локализованных коммуникативных актов существует множество так называемых тонких случаев (примеры, приведенные нами, касаются преимущественно *грубых* нарушений параметров коммуникации), при которых представления коммуникантов о возможной локализации того или иного коммуникативного акта могут расходиться. Впрочем, расхождения такие, как правило, не являются кардинальными: некий «объективный камертон» можно услышать практически всегда.

Например, если я считаю, загородный ресторанчик хорошим местом для деловых переговоров и начинаю их, но обнаруживаю, что другая сторона придерживается противоположного мнения, я в принципе должен быть готов к тому, чтобы *добровольно* и *недемонстративно* передать речевую инициативу собеседнику. Ибо успех переговоров зависит не только от моих представлений об удачном для таких переговоров месте.

Вполне вероятно, что собеседник воспользуется этим местом совсем для других целей,— в этом случае я отнюдь не должен относиться к ситуации как к провалу моей коммуникативной стратегии: я просто получаю отсрочку во времени. Провал же грозит моей коммуникативной стратегии лишь тогда, когда я упорствую и, вопреки нежеланию собеседника обсуждать интересующий меня вопрос «здесь», локализирую коммуникативный акт в уже скомпрометированном пространстве.

Кстати, принцип «брать быка за рога», как правило, не срабатывает и в речевой практике: от адресата, принужденного общаться в навязанном ему пространстве, можно ожидать только того, что он — не важно, сознательно или бессознательно,— поведет коммуникативный акт к краху.

К сожалению, для тонких случаев расхождений в представлениях о возможной локализации коммуникативных актов никакой «системы» не существует и существовать не может, даже, несмотря на то, что «фактор пространства» отнюдь не так

настоятельно требует детализации, как «фактор времени», к обсуждению которого мы и переходим.

## § 5.2. Модель 2:

### Коммуникативный акт несвоевременен

Приступая к анализу «фактора времени», целесообразно напомнить, что различить на практике неуместные и несвоевременные коммуникативные акты бывает довольно трудно.

Скорее всего, такое различие, возможно, осуществить исключительно теоретически. Однако очевидно, что потребность даже в теоретическом разграничении «фактора пространства» и «фактора времени» (разумеется, речь не идет о философском содержании этих терминов) — применительно к коммуникативным стратегиям говорящих — весьма настоятельна хотя бы уже потому, что общие характеристики типа *«это лучше обсудить не здесь и не теперь»* нуждаются в слишком обширных дополнительных комментариях.

Понятно, что коммуникативный акт есть явление пространственно-временное, однако локализация его в пространстве есть признак, так сказать, более генеральный, чем локализация во времени. И дело не только в *большей стабильности* «фактора пространства» (в том смысле, что пространство на протяжении одного — взятого как целое — коммуникативного акта остается, как правило, неизменным) по сравнению с «фактором времени». Дело еще и в том, что ощущение времени предполагает в адресанте более развитые навыки приспособления к речевой ситуации, чем ощущение пространства.

Ощущение пространства включается как бы автоматически, а ощущение времени возникает в результате «просчитывания» речевой ситуации.

«Фактор времени» требует от адресанта совокупности довольно точных реакций, общее количество которых даже не поддается перечислению. В идеале «фактор времени» подсознательно учитывается во всех измерениях — едва ли не от



«эры», тысячелетия, века, десятилетия, года — через время года, месяц, сутки, время суток — до так называемого «гномического настоящего» (точка «сейчас»). Разумеется, адресант не обязан уметь перечислять, из чего в каждый данный момент складывается для него «фактор времени», но «чувствовать себя во времени» — его прямой долг.

Несвоевременность коммуникативного акта может оказаться характеристикой чрезвычайно широкой (ср. критическую речевую модель *рассуждения на уровне каменного века*). Исторически несвоевременные высказывания ничуть не более извинительны, чем ситуативно-несвоевременные, и точно так же могут вести к провалу коммуникативных стратегий. Достаточно еще раз вспомнить «Охоту на Снарка» Льюиса Кэрролла, где актуальная провинность некоей Хрюшки «судится» по древним законам Кодекса рыцарской чести:

*«Знайте!» — начал Судья; Смарк вскричал: «Ерунда!  
Закон устарел и изжит.  
А вопрос наш — живой, и в основе его  
Кодекс рыцарской чести лежит.  
Обвиненье в Измене Отчизне — смешно:  
дело Хрюшкино тут сторона.  
Обвиненье в банкротстве основ лишено:  
ведь свинья никому не должна».*

Разумеется, Кодекс рыцарской чести оказывается ни при чем, но достаточно и самой апелляции к нему, как к чему-то остро своевременному!

Впрочем, просчеты такого «масштабного» (исторического) свойства в реальной речевой практике не так уж и часты (модель реакции на них: *Вы из какого, простите, века?*). Гораздо чаще можно зарегистрировать несоот-

ветствия коммуникативного акта актуальному времени. Характерный пример, который по этому поводу приходит на память, — речевая ситуация из фильма Бунюэля «Скромное обаяние буржуазии»: передав взводу приказ командования о немедленном

выступлении, гонец тут же начинает подробно рассказывать адресатам содержание своего длинного запутанного сна и, понятное дело, надолго отсрочивает выполнение команды, ибо вежливый взвод с интересом слушает выстроенный по всем правилам литературного повествования рассказ.

К сожалению (или к счастью), реальные, не кинематографические адресаты отнюдь не всегда оказываются такими вежливыми. Непопадание адресантом во временные рамки коммуникативного акта карается строго, вплоть до лишения говорящего речевой инициативы. Возвращаясь к нашему примеру, которым была проиллюстрирована модель 1 (юбилей), заметим, что *на поздней стадии праздника* едва ли уместно предлагать уже утомленным гостям еще одну речь, особенно такую, которая требует высокой степени концентрации внимания. Подобная речь, скорее всего, не будет слушаться — какой бы интересной она при этом ни была.

Столь же прагматически безграмотно, например, предлагать собеседникам выслушать некоторые *принципиально важные соображения*, когда коммуникативный акт находится в стадии угасания: сколько угодно серьезные выкладки не будут восприняты в качестве таковых, ибо время для них уже прошло. Поэтому, скажем, коммуникативная стратегия приберегания главного «речевого козыря» на конец беседы далеко не всегда способна оправдать себя.

Впрочем, в настоящий момент обсуждается не общая структура коммуникативного акта, развертывающегося в определенный промежуток времени, но только первый этап взаимодействия. Непосредственно для этого этапа важным оказывается не «выпасть» из актуального настоящего, то есть предложить адресату фрагмент релевантной именно на данный момент информации.

Вопрос о том, в какой последовательности компонентов и с какой скоростью представляется в ходе коммуникативного акта предмет (референт), есть вопрос, начинать обсуждение которого именно сейчас несвоевременно (см. об этом гл. 4). Однако вполне

актуально обратить внимание, например, на то, что на этапе «ввода» адресата в коммуникативный акт едва ли следует слишком увлекаться парафразами на интересующую коммуникантов тему. Гораздо *целесообразнее* обозначить тему **напрямую**, не заставляя адресата пробираться к ней через дебри риторических приемов: в конце концов адресат вполне имеет право *сразу же* получить представление о том, вокруг чего будет строиться предстоящий коммуникативный акт. В данном случае это тоже не столько проблема этики, сколько проблема практики, слишком долго утаиваемая «суть» (если это, разумеется, не признак косвенной речевой стратегии, см. гл. 5, § 6) — да к тому же еще требующая разгадки, расшифровки — может стать причиной ошибочного определения «предмета» взаимодействия адресатом и спровоцировать реакцию типа: *это очень интересно, но в настоящее время меня занимает другое.*

Оказаться же в положении человека, который вынужден убеждать собеседника в том, что как раз «другое» и имелось в виду (т. е. начать самому расшифровывать собственный текст), есть не слишком приятная и кому же прагматически громоздкая роль. Проигрывание е, как правило, приводит к потере «нити»: момент для ввода адресата в коммуникативный акт упущен, а стало быть, утрачена и речевая инициатива. Лучшее, чего можно добиться после все-таки предпринятых изнурительных объяснений,— это реакция адресата, соответствующая модели: *так бы сразу и сказали!*

Необходимость точного учета «фактора времени» же на этапе *инициации* коммуникативного акта столь остра и потому, что адресант, как мы помним, все еще продолжает «доказывать» свое право на обладание речевой инициативой. Таким образом, естественно ожидать, то он не превратно представляет себе суть предстояще-

го коммуникативного процесса и сумеет каким-то образом дать прочувствовать это собеседникам.

Например, «находящийся в здравом уме и твердой памяти» лектор не начнет лекции с выводов: на момент инициации

коммуникативного акта даже самые головокружительные выводы не произведут должного впечатления на аудиторию, которой не известна тема сообщения. Или опытный коммерсант едва ли позволит себе начать переговоры с описания выгод, которые он получит в результате состоявшейся сделки. Хороший адвокат не начнет защитной речи с призыва сострадания к подсудимому — *непосредственно после* речи прокурора призывать к состраданию прагматически безграмотно. В доброкачественной рекламе расфасованного товара на первый план не выдвинут цену *за килограмм* продукта, какой бы низкой эта цена ни была. И так далее.

Короче говоря, первые шаги в направлении к удачному коммуникативному акту при умелой работе с «фактором времени» не будут конфликтными по отношению к актуальному настоящему, а уж тем более к «гномическому настоящему». Ведь «вербовка» адресата — процесс осторожный и отнюдь не предполагает сильного рывка на старте, что бы ни говорили об «эффектных стартах»! А кроме того, коммуникативный процесс, *самым эффективным* моментом которого является **старт**, есть со всей очевидностью *неблагополучный* коммуникативный процесс.

### § 5.3. Модель 3: Коммуникативный акт дисбалансирован

Предлагаемый к осуществлению коммуникативный акт может не состояться и по причине **ошибочной его адресации**. Воспоминания из области прошлого речевого опыта — независимо от того, чей это речевой опыт конкретно, — изобилуют реакциями адресата типа: *Вы обращаетесь не по адресу*. Именно такая, в частности, реакция свидетельствует о начале (с последующим

практически мгновенным завершением) неудачного коммуникативного акта.

К счастью, одной из речевых примет последнего времени стал наконец такой речевой ход, как выяснение «контактной персоны»:

в прошлом «хватало» знания организации, попадая в которую адресант судорожно начинал искать, с кем бы тут затеять речевой акт.

Следует оговориться, что вопрос об адресате как таковом здесь еще не поднимается во всей своей широте и сложности (см. гл. 2). Адресат интересует нас сейчас исключительно *как объект, выбранный инициатором коммуникативного акта из множества объектов*. Потому что, определяя тип предстоящего коммуникативного акта, адресант тем самым как бы «назначает» на роль адресата ту или иную кандидатуру. Даже в том случае, если адресант обращается к самому себе как к адресату (например, посредством внутреннего монолога), коммуниканты не идентичны и проблема их взаимодействия есть также проблема установления относительно устойчивого баланса.

Коммуникативный акт, стало, быть, может, не состояться из-за отсутствия такого баланса, т. е. по причине объективной невозможности сбалансировать отношения между отправляющей инстанцией и неверно выбранной (или ошибочно идентифицированной) принимающей инстанцией.

Вопрос о достижении баланса представляет собой вопрос первостепенной важности, ибо *неприемлемый* коммуникативный акт — это чаще всего не что иное, как коммуникативный акт, *не принимаемый* адресатом. И, скрепя сердце, приходится признать, что **решение о приемлемости** коммуникативного акта или **неприемлемости**, принимает не некий объективный «третейский судья», бесстрастно наблюдающий за речевым взаимодействием, но только и исключительно его участники, причем, прежде всего **адресат**. Даже коммуникативный акт, вполне приемлемый с точки зрения адресанта, не принесет желаемых плодов, если адресат почему-либо не разделяет этой точки

зрения и, стало быть, не реагирует, таким образом, какой предписывает ему инициатор коммуникативного акта.

Регулировать речевое поведение адресанта на первом этапе развертывания коммуникативного акта — задача весьма и весьма

непростая, особенно если адресант намерен предложить какую-нибудь нетрадиционную стратегию с оригинальной коммуникативной целью. В этом случае надо либо очень хорошо представлять себе адресата, либо прибегнуть к крайне осторожной тактике «вербовки».

К сожалению, расчет на «старого приятеля», чье речевое поведение изучено тобой вдоль и поперек, далеко не всегда возможен. В этих условиях «правильный выбор» (или точная идентификация) партнера по коммуникативному акту становится первоочередной целевой установкой.

«Назначение» на роль адресата того или иного кандидата может происходить в рамках определенной коммуникативной схемы, предполагающей сопоставление наборов социальных ролей адресанта, с одной стороны, и адресата — с другой. В ходе такого сопоставления, прежде всего, решается вопрос о том, до какой степени «социально естественно» адресант может взять на себя речевую инициативу.

Ситуация упрощается, если в социальной иерархии адресант занимает ведущее по отношению к адресату положение и может просто «объявить» нужный ему коммуникативный акт начатым. Если же речевой контакт предполагает общение снизу вверх, то для инициации нужного адресанту коммуникативного акта придется найти какую-нибудь вескую причину.

Практика показывает, что собственная коммуникативная цель инициатора коммуникативного акта отнюдь не всегда может претендовать на роль такой причины — *необходим некий «тактический маневр»*, способный заинтересовать собеседника.

Например, университетский лектор застрахован от необходимости пользоваться тактическими маневрами

уже тем, что его лекционный курс включен в учебную программу. Лектор же, идущий с разовым выступлением или циклом лекций в случайную аудиторию, просто обязан учитывать интересы аудитории, какой бы пестрой по составу она ни была. Или, скажем, коммерсант, навязывающий сильному партнеру некий проект,

интересный ему самому, но не сулящий партнеру больших выгод, должен позаботиться о том, чтобы найти, тем не менее, некую «приманку», на которую способен «кlynуть» собеседник, и т. д.

Однако само по себе выявление социально приоритетной роли и учет «интереса» партнера еще не обеспечивают правильной идентификации речевой ситуации. Речевой акт остается разбалансированным, если на роль собеседника выбран партнер, чьи «фоновые знания» сильно отличаются от «фоновых знаний» инициатора коммуникативного акта (модель: мы говорим на разных языках).

Нелишне заметить, что искать общий язык в рамках *данной* речевой ситуации — плохая коммуникативная стратегия. Такая коммуникативная стратегия, как правило, уводит адресанта в сторону от коммуникативной цели, и речевой акт тонет в «комментариях и уточнениях» вместо того, чтобы продуктивно двигаться вперед. Необходимость постоянно быть готовым к вопросам типа «как Вы это понимаете?» или «что Вы имеете в виду?» способна разбалансировать самую жесткую структуру коммуникативного акта, не говоря уже о том, что время от времени придется еще и отстаивать свое мнение и право на то, чтобы его иметь.

Таким образом, если общий язык не был найден ранее, за пределами актуальной речевой ситуации, адресант должен «выйти» на адресата, по крайней мере, готовым к тому, чтобы осуществлять речевое взаимодействие с ним в категориях, понятных собеседнику. В этом смысле от адресанта, конечно, потребуются искусство перестраиваться на месте, приспособливая свой тезаурус к тезаурусу адресата, однако, повторяем, переоценивать успешность такой коммуникативной стратегии ни к чему.

Человек с большим коммуникативным опытом, разумеется, постарается застраховать себя от неожиданных открытий типа «с ним вообще нельзя разговаривать!». Подобного рода признание означало бы провал коммуникативной стратегии адресанта. Речевая модель собеседника должна быть известна заранее — тогда пред-

ставления о ней будут не складываться, а лишь корректироваться в ходе коммуникативного акта. Кстати, для того, чтобы выявить речевую модель будущего партнера по коммуникативному акту, отнюдь **не** обязательно предварительно знакомиться с ним: приблизительные сведения об адресате можно «вычислить» и без его помощи, на основании одних только доступных «официальных сведений» о нем.

Иначе говоря, этаблировать коммуникативный акт **в** надежде на случайное взаимопонимание есть **в** высшей степени рискованное предприятие. **Проблема выбора адресата — это проблема его предварительного изучения, а отнюдь не проблема поиска единомышленника.** Хотя, разумеется, адресат и может таковым стать, но уже в ходе взаимодействия, если, кроме своего права инициировать данный коммуникативный акт, адресант продемонстрирует и умение удержать речевую инициативу в дальнейшем.

#### **§ 5.4. Модель 4: Коммуникативный акт дезориентирован**

Последняя по порядку и, вероятно, первая по значимости проблема успешной коммуникации связана с собственно содержательными ее аспектами.

Корректные коммуникативные стратегии предполагают, что инициатора коммуникативного акта — по крайней мере! — не поставит в тупик формулировка адресата типа «Вы по какому вопросу?».

Область «**содержания**» **речевой ситуации**, требующая отдельного и весьма детального рассмотрения (см. гл. 4), будет интересовать нас сейчас лишь в первом своем

предъявлении, т. е. в аспекте самого общего вопроса — **о чем?**

Вопрос этот относится к вопросам первостепенной важности и не будет преувеличением сказать, что, прежде всего от его грамотного решения зависит, ставить ли вообще применительно к



данному коммуникативному акту другие вопросы, в частности, связанные с «местом и временем» речевой ситуации, с выбором адресата и так далее. И не то чтобы эти «другие вопросы» были факультативны — они, разумеется, весьма и весьма важны, однако возникают лишь в связи с предметной областью коммуникативного акта. С *чем* конкретно мы обращаемся к адресату, *что именно* мы намерены ему сообщить, *по поводу чего собственно* хотели бы выслушать его мнение — все это составляет **сущность** коммуникативного процесса.

Разумеется, мы не станем утверждать, что обращаться с любым вопросом к любому собеседнику «с места» есть пример хорошей коммуникативной стратегии. Перед нами всегда стоит проблема выбора адресата (даже на улице при необходимости навести справку у прохожего мы сначала «выбираем» одного из многих). Однако показательно, что в сознании нашем сначала возникает «что» и только потом — «к кому», «где» и «когда». Показательно и то, что коммуникативная перспектива речевой ситуации опять-таки прежде всего связана с этим «что». Иными словами, ради «что» начинается и тем же «что» — как правило, «преобразованным» в ходе коммуникативного акта,— кончается, в сущности, процесс любого речевого взаимодействия.

«Вы о чем?» есть модель реакции адресата, свидетельствующей о том, что коммуникативный акт находится в самом критическом состоянии. И если ошибки, связанные с моделями 1, 2 и 3, могут привести и чаще всего приводят к потере адресантом речевой инициативы, то ошибка, связанная с моделью 4, приводит к «потере» коммуникативного акта как такового: он просто останавливается и самоуничтожается.

Разумеется, *утраченное* «что» можно каким-нибудь хитроумным способом и вернуть в ходе дальнейшего речевого взаимодействия (если таковое вопреки всему — продолжается!), но отсутствующее «что» или «что», не *релевантное* для данного

*коммуникативного акта*, полностью дезориентирует процедуру общения и фактически дезинтегрирует ее.

Вот почему этаблирование речевого взаимодействия при отсутствующем или некорректном «что» само по себе означает сбой функции предстоящего коммуникативного акта: перед нами уже не случай «употребления языка», *но сразу же* — случай «злоупотребления языком». Модель *я не знаю, о чем я буду говорить с Вами*, есть белый флаг, поднятый до объявления войны. Сознательная же эксплуатация такой модели приводит к тому, что акт общения перерождается в контакт другого типа, а именно — в *фактический контакт*, особенности и социальный статус которого будут подробно обсуждаться в дальнейшем.

Заметим, что «белый флаг», однако, поднимается все-таки не слишком часто — признаний такого рода практически невозможно услышать в реальных процессах коммуникации. На самом же деле признания эти, тем не менее, часто, гораздо чаще, чем мы думаем, присутствуют в проигрываемых нами коммуникативных актах, правда, всегда в невербализованном виде. Ведь для того, чтобы просто взять да и расписаться в собственном речевом бессилии, требуется, разумеется, не только известная доля мужества, но еще и отчетливое понимание собственной, так сказать, прагматической несостоятельности, а такое понимание встречается весьма редко.

Напротив, большинство коммуникантов убеждено, что, по крайней мере, элементарными навыками построения коммуникативных стратегий на разные случаи жизни они владеют. Поэтому те, чьи коммуникативные акты, как правило, не удаются, винят в этом обычно не себя — погрешности коммуникации списываются на партнера по коммуникативному акту, в крайнем случае — на неудачное место и время, но практически никогда —

на собственное неумение «презентировать и транспортировать предмет», как того требует речевая ситуация. Во всяком случае, выражение «он *не понял меня*» можно слышать гораздо чаще, чем выражение «я *не понял его*».

Между тем понимание (а также, естественно, и взаимопонимание) базируется на том, до какой степени одинаков «предмет», которым в момент начала коммуникации собираются «пользоваться» коммуниканты. Установить это настолько важно, что — в случае неидентичности предметов, которыми оперируют собеседники,— вопрос о продолжении коммуникативного акта, а уж тем более о его завершении (особенно успешном) даже не приходится ставить.

Еще и поэтому любому коммуникативному акту должна в идеале предшествовать чрезвычайно серьезная работа по «наведению мостов» между будущими партнерами по речевому взаимодействию. Фактически выход на собеседника, которого желательно более или менее хорошо представлять себе до момента начала коммуникации, означает выход на его «понятийное поле», на котором «предметы» могут группироваться весьма непривычным для адресанта образом (см. гл. 2, § 2). И нет более неприятного открытия, чем уже в начале диалога установить, что «предмет», который ты намерен презентировать адресату, вообще отсутствует в системе его представлений.

Иначе говоря, адресанту вполне может казаться, что он заводит разговор о «чем-то», в то время как это «что-то» для адресата есть «ничто».

В качестве примера удобно привести довольно типичную, во всяком случае, для сегодняшней Европы (если не для России), речевую ситуацию в западном обществе, время от времени возникающую по поводу «криминальных элементов». Имеется в виду следующее: человек, который сам однажды (и особенно недавно!) побывал жертвой преступника, оказывается абсолютно невосприимчивым к кампании по защите прав «криминальных элементов».

Такие вопросы, как ужасное психическое состояние преступников в комфортных европейских тюрьмах, как закрытость общества, не желающего принимать преступников в свои ряды после отбывания ими срока наказания и т. д., просто не существуют

в качестве предмета обсуждения для тех, кому лично и непосредственно пришлось столкнуться с проявлениями насилия в свой собственный адрес или в адрес своей семьи. Поэтому искать «понимания проблемы» в их среде изначально бесполезно и практически любая коммуникативная стратегия такого плана обречена в подобной аудитории на обязательный (и довольно шумный) провал.

Стало быть, квалификация коммуникативного акта одним из коммуникантов как «разговора ни о чем» происходит не только тогда, когда соответствующий предмет разговора действительно отсутствует, но и тогда, когда он отсутствует в сознании собеседника.

Впрочем, предполагать наличие слишком большого количества «брешей» в сознании собеседника все-таки, видимо, не стоит (т. е. коммуникативная стратегия в соответствии с высказыванием, приписываемым кому-то из известных математиков: «Никогда не бойтесь преувеличить глупость аудитории», — далеко не всегда ведет к успеху!). То, что нам кажется «брешью», может таковой отнюдь и не быть: просто интересующий нас «предмет разговора», отсутствующий в сознании собеседника на привычном для нас месте, можно поискать — кстати, с довольно большой надеждой на успешный результат поисков — в каком-нибудь другом отделе его тезауруса. И, найдя, апеллировать в ходе коммуникативного акта именно к этому отделу тезауруса адресата, а отнюдь не к тому отделу, который включает в себя данное понятие в составе нашего собственного тезауруса.

Поэтому «предмету разговора» надо тоже обеспечить комфортные условия существования в пределах коммуникативного акта. Предмету этому едва ли будет «удобно», если его, как мячик, швыряют от одной сетки к другой, — в этом случае можно быть уверенным, что

взаимопонимание между коммуникантами не достигается и достигнуто в принципе быть не может. Кстати, пожалуй, при первом же «отфутболиваний» адресатом предмета разговора следует насторожиться и поставить перед собой вопрос о том, не

закончен ли уже на данный момент, так неблагоприятно начатый коммуникативный акт. Чаще всего отфутболивание такое означает, что предварительной работы по выявлению отдела тезауруса, в котором у адресата находится нужный нам предмет, проведено не было, или же работа эта была проведена впустую.

Одним из самых распространенных сигналов неприемлемости коммуникативного акта, даже по отношению к «первичному» собеседнику в «правильном» месте и в «правильное» время, является, и нежелание собеседника принять к рассмотрению интересующий нас (и, стало быть, заслуживающий, с нашей точки зрения, рассмотрения) предмет. *«Я вообще не считаю нужным говорить "б этом»* звучит как приговор и свидетельствует о том, что нужный отдел тезауруса собеседника не подключен к работе.

Если принять, однако, к сведению тот факт, что, даже находясь в непривычном для нас отделе тезауруса соседа и, может быть, обозначаясь другим словом, также имея связи с непривычной для нас группой предметов, нужный нам референт все-таки обычно известен человеку, получается, что в принципе возможность обсуждения любого предмета с любым партнером гипотетически все-таки существует. И успешность коммуникативного акта в этом случае — применительно, разумеется, к модели 4 — есть опять-таки успешность предварительной работы по анализу тезауруса нашего хуцущего собеседника.

Так, можно рассчитывать на то, что бывшие жертвы преступников проникнутся искренним состраданием к ним (как это не раз случалось в телевизионных шоу), если «заход в тему» осуществляется журналистом, который сам побывал в шкуре жертвы и демонстри-

рует лояльность, невзирая на собственный горький опыт. Такому журналисту, разумеется, гораздо проще представить «предмет» в выражениях, понятных жертвам.

В заключение главы напомним, что на протяжении всего этого времени коммуникативный акт интересовал нас с точки зрения такого его «компонента», как адресант, поскольку именно он ответственен за инициацию речевого взаимодействия, т. е. за то, чтобы грамотно запустить коммуникативный акт «в ход». В связи с возможностью неуспешности этой акции и были рассмотрены речевые ситуации типа «осечек», когда задуманный коммуникативный акт оказывался недействительным либо по причине ошибки, допущенной при его инициации, либо по причине ошибки в идентификации коммуникативного акта.

Однако понятно, что речевое взаимодействие может сорваться на старте не только по вине адресанта, но и по вине (а также по желанию) адресата. К анализу его «вклада» в структуру иницируемого коммуникативного акта мы и обратимся в следующей главе.

## **Глава 2. АДРЕСАТ**

### **§ 1. Коммуникативная роль адресата**

В литературе, посвященной проблемам речевого взаимодействия, адресату повезло гораздо больше, чем адресанту. Фигура адресата изучена, вне всякого сомнения, значительно лучше. К настоящему времени уже достигнуто единство во взгляде на адресата как на одного из центральных «компонентов» в структуре коммуникативного акта — и отнюдь не в силу того самоочевидного факта, что без него акт *коммуникации, обмена информацией* состояться не может, но в силу того, что в той же мере, в какой в структурировании речевой ситуации участвует производитель речи, участвует в ее структурировании и адресат.

Точка зрения на адресата как на пассивного реагента, «потребителя» информации (ср. *писатель пописывает — читатель почитывает*), имплицитно присутствовавшая в лингвистике далекого прошлого, сегодня благополучно изживается.

Современная наука признает (во всяком случае, теоретически!), что адресат есть роль активная, требующая от исполнителя, прежде всего действий, как речевых, так и неречевых, как в ходе коммуникативного акта, так и за его пределами.

Во всяком случае, реакции адресата давно не рассматриваются в качестве отголосков эха — реакции эти формируют творимый коммуникативный акт с момента

его возникновения до момента его завершения, и только очень плохой речевой стратег будет игнорировать происходящее «в аудитории». Более того, даже коммуникация посредством письменного текста рассматривается сегодня как диалог между автором и читателем.

Поэтому уже на этапе инициации коммуникативного акта адресантом «присутствие» адресата весьма ощутимо. Примечательно, что адресат не *становится* действующим лицом по ходу коммуникативного акта — он *является* таковым уже на момент начала взаимодействия. А если учесть, что опытный адресант готовит коммуникативный акт задолго до его инициации, то воздействие адресата на речевую ситуацию начинается вообще за ее пределами.

Роль адресата, коль скоро это не роль исключительно «реагента», естественным образом также предполагает наличие коммуникативной стратегии. **Типичные коммуникативные стратегии** адресата, вступающего в коммуникативный акт, а также наиболее вероятные **просчеты** в этих коммуникативных стратегиях тоже можно определенным образом систематизировать.

Прежде всего, разнообразные коммуникативные стратегии объединяются *в две большие группы на основании того, проинформирован ли адресат о предстоящем коммуникативном акте*. В зависимости от этого — применительно к адресату различают:

- 1) *неожидаемые коммуникативные акты;*
- 2) *ожидаемые коммуникативные акты.*

Коммуникативная стратегия, таким образом, выбирается, в частности, в зависимости от того, к какой группе принадлежит соответствующий коммуникативный акт.

## § 2. Неожидаемые коммуникативные акты

В случае неожиданного коммуникативного акта важно, прежде всего, помнить, что **никто не имеет права принудить адресата к участию в нем**. То есть (и это, кстати,

очень часто забывается) адресат при таких обстоятельствах на момент инициации общения не связан с адресантом никакими обязательствами и вполне может себе позволить единолично



решить, стоит ли вообще вступать в предлагаемый ему коммуникативный акт. Существует достаточно большое количество способов своевременно и эффективно уклониться от нежелательного контакта, используя для этого одно из многочисленных прагматических клише типа *я предпочел бы не говорить на эту тему* или что-нибудь в этом роде.

Данный закон речевого взаимодействия — добровольное участие в неожиданном коммуникативном акте — однозначно квалифицируется в качестве абсолютного закона, и, если бы коммуниканты действительно следовали ему, многих коммуникативных неудач можно было бы избежать. К сожалению, закон этот принимается во внимание крайне редко, напротив, адресат очертя голову бросается в стихию речевого взаимодействия и опоминается только тогда, когда «творимый» фактически против его воли коммуникативный акт зашел уже слишком далеко.

Достаточным основанием для неучастия в процессе речевого взаимодействия вполне может служить осознание адресатом собственной *неподготовленности к коммуникативному акту*.

Студентам любого учебного заведения знакома экзаменационная ситуация, при которой получившему неудачный билет не остается ничего другого, как признаться в том, что к ответу на вопрос он не готов. Ситуация эта могла бы довольно легко проецироваться во внеаудиторную реальность, однако, как правило, ничего подобного не происходит. Признаться в неготовности участвовать в той или иной речевой ситуации считается едва ли не неприличным, и советский принцип «Будь готов! — Всегда готов!» в наибольшей, пожалуй, степени распространился на речевую практику. Именно в речевой практике каждый считает своей непосредственной обязанностью стартовать с пол-оборота,

включаясь практически в любую речевую ситуацию, которая ему предлагается.

Сначала при социализме, а потом во все более демократизирующемся (во всяком случае, вербально) обществе укрепляется мнение, что говорить вообще легко и что каждый вправе участвовать практически в любом речевом акте, происходящем более или менее «поблизости».

Интересно, что механизмы речевого поведения советского времени (стереотипизация речевого опыта, автоматизм речепроизводства) сформировали блистательную способность людей начинать «производство текста» еще до того, как говорящий осознает, что именно он намерен сказать. Вопросов же о том, зачем он намерен это сказать и кому это может быть интересно, как правило, не возникает вообще.

Между тем очевидно, что коммуникативная стратегия, игнорирующая вопросы «что», «кому» и «зачем», вообще перестает быть стратегией. Участвовать же в коммуникативном акте, без какой бы то ни было стратегии, значит нарушать одно из фундаментальных подготовительных условий речевой коммуникации.

Разумеется, в случае с неожиданным коммуникативным актом требовать от адресата «готовой на все случаи жизни» коммуникативной стратегии в высшей степени легкомысленно. Но *трезвой оценки* своих «стартовых возможностей» от него все-таки допустимо ожидать. Если же перед нами еще и «опытный адресат», то от него допустимо ожидать и большего: в частности, что он поставит инициатора коммуникативного акта в известность о том, в какой степени он, адресат, на его взгляд, удачен в качестве партнера по коммуникативному акту. Ибо «обман ожиданий» собеседника чреват утратой коммуникативной цели.

Речевое взаимодействие на первом этапе, как бы хорошо оно ни было подготовлено адресантом, всегда представляет некую «рекогносцировку позиций партнера по коммуникативному акту. В той же степени, в какой

адресантом решается вопрос о том, удачен ли выбранный им собеседник, собеседником (адресатом) решается вопрос о том, до

какой степени сам он на своем месте, до какой степени «защищенным» вступает он в речевую ситуацию и насколько партнер по коммуникативному акту есть его партнер.

Хороший адресат постарается уклониться от речевого взаимодействия в том случае, если он чувствует себя неуверенно по отношению к предмету обсуждения (референту). Например, специалисту в области фонетики арабского языка едва ли имеет смысл «живо реагировать» на происходящий поблизости от него разговор между специалистами в области физики твердого тела. И, к чести специалистов в области фонетики арабского языка, они все-таки довольно редко вмешиваются в разговоры подобного типа.

Вообще надо сказать, что к «узкопрофильным беседам», предполагающим оперирование «закрытой» терминологией и весьма точными категориями, уважение со стороны «непосвященных» (или «посвященных» в другие, столь же узкопрофильные, области знания) в какой-то мере все еще продолжает сохраняться. Однако чем менее специальный характер носит диалог, тем больше желающих участвовать в нем на равных правах с другими.

Так, проблематика, касающаяся общей философии, культуры, искусства, образования, медицины, с одной стороны, и политики, идеологии, экономики, с другой, представляет собой наиболее не защищенную от вмешательства «посторонних» область. Объясняется это отчасти тем, что категориальный аппарат данных научных дисциплин, во-первых, наиболее легко проецируется на «повседневную действительность» и, во-вторых, может не всегда обязательно предполагать обращения к их терминологической сфере.

Литературоведение на уровне «что читать», экономика на уровне «как экономить», медицина на уровне «как лечить» и философия на уровне «в чем смысл жиз-

ни» представляют собой весьма и весьма заманчивое поле для речевой деятельности. В принципе все мы достаточно хорошо

«подготовлены» к участию в соответствующих речевых ситуациях. Вопрос только в том, всегда ли наша самооценка будет совпадать с оценкой того, кто инициирует соответствующий коммуникативный акт.

В том случае, если они совпадают, коммуникативный акт получится, что называется, на славу. Ничего, что он не выйдет за пределы констатации общих мест,— лишь бы собеседники были довольны друг другом, а у них есть такая возможность, поскольку коммуникативной целью подобной речевой ситуации может быть только авторепрезентация.

Сложнее обстоят дела тогда, когда приходится взаимодействовать с адресантом, знакомым с соответствующей проблематикой не понаслышке. И если адресантом *действительно* посылаются такие сигналы (при том, что мы *действительно* способны их распознать!), вопрос о коммуникативной стратегии адресата есть вопрос о формах (точнее, *дозировке*) его участия в речевой ситуации. Радикальным случаем минимального участия является, разумеется, неучастие вовсе.

Правда, в момент инициации коммуникативного акта бывает довольно трудно определить, насколько именно «специальный» характер будет носить речевое взаимодействие (никто не застрахован от встречи с профессиональным идиотом): следует, например, учитывать тот фактор, что при корректном речевом поведении собеседника инициатор даже сугубо специального коммуникативного акта всегда готов пойти на уступки и учесть уровень информированности (иди чаще неинформированности) адресата.

Поэтому «ускользнуть» из речевой ситуации во что бы то ни стало — со ссылкой на полное отсутствие в своем распоряжении сведений из области, скажем, железнодорожного транспорта — отнюдь не всегда обязательно, особенно если адресат хотя бы раз в

жизни совершил поездку на поезде (правда, такой уровень «защищенности» при подходе к данному коммуникативному акту

трудно назвать высоким, но, вне всякого сомнения, можно «работать» и на нем). Кстати, вполне вероятно, что адресанту, как бы глубоко он ни был погружен в соответствующую область знаний, всего и нужно от собеседника, что рассказ об этой самой поездке.

Другой вопрос: каким образом «разместить» себя в проблематике железнодорожного транспорта, имея «в активе» лишь одну поездку на поезде.

Понятно, что первая стратегическая задача, которая стоит в данном случае перед адресатом,— это разобраться с тем, *«на каком уровне погружения»* в проблематику собирается взаимодействовать с ним инициатор «специализированного» коммуникативного акта.

**Лучший тактический прием** в этом смысле — дать возможность говорящему удерживать речевую инициативу ровно столько, сколько он считает нужным. «Сигналами», свидетельствующими об уровне «глубины погружения», а также об ожиданиях собеседника, могут быть профессионализмы и терминологические языковые единицы в его речи, а также ссылки на «базовые сведения» и «авторитеты» в соответствующей области знаний.

Очевидно, что, только определив искомый «уровень погружения», имеет смысл поставить перед собой вопрос о том, до какой степени полезным может быть мое участие как адресата в коммуникативном акте. На этом этапе взаимодействия данный вопрос будет звучать как вопрос о том, предоставить ли говорящему право распоряжаться речевой инициативой в течение всего коммуникативного акта или же рассчитывать на то, что речевая инициатива время от времени может принадлежать и адресату.

В лингвистической прагматике, например, подобный вопрос есть *вопрос выбора позиции* по отношению к инициатору коммуникативного акта. Выбранная пози-

ция может быть позицией слушателя, *позицией собеседника или позицией критика.*

Впрочем, если в запасе у нас всего-навсего воспоминание об одной единственной поездке на поезде, выбирать особенно не придется — нам остается только удовлетвориться позицией слушателя и распротиться с речевой инициативой на все время процесса коммуникации. В качестве компенсации за «безвозмездную передачу речевой инициативы» адресанту адресат может получить, например, весьма интересные сведения из неизвестной ему области знаний, разумеется, если он *в принципе* расположен эти сведения приобрести.

При отрицательном ответе на данный вопрос речевую ситуацию еще не поздно покинуть (мотивировка: адресант не есть мой партнер по коммуникативному акту), при положительном — вероятность успеха коммуникативного акта весьма велика.

Таким образом, обсудив конкретную речевую ситуацию, мы пришли к общим выводам о том, что:

*неподготовленность к коммуникативному акту может быть озвучена напрямую как отказ от участия в нем (1) или на первом же этапе речевого взаимодействия преобразована в коммуникативную стратегию (2), предполагающую — посредством предоставления адресанту возможности удерживать речевую инициативу (2а) — выявление уровня специализации собеседника (2б) и причин его интереса к фигуре адресата (2в), а также — после определения адресатом уровня собственной «коммуникативной защищенности» (2г) — выбор корректной позиции (слушатель, собеседник, критик) в структуре предстоящего коммуникативного акта (2д).*

Разумеется, такая коммуникативная стратегия, даже будучи «типовой», отнюдь не претендует на универсальность. Однако реально она может оказаться достаточно действенной практически во всех случаях, когда адресат перед началом коммуникативного акта чувствует себя не вполне в своей тарелке.

### § 3. Ожидаемые коммуникативные акты

В эту группу коммуникативных актов входят рече-можно распределить на две под-

*А. Коммуникативные акты, предполагаемые адресатом.*

*Б. Коммуникативные акты, объявленные адресантом.*

Коммуникативные акты, названные в двух подгруппах, довольно сильно отличаются друг от друга: если А реферирует к случаям варьирующихся коммуникативных стратегий, то Б часто предполагает практически инвариантные коммуникативные стратегии.

При обсуждении коммуникативных актов обеих подгрупп нам потребуется широко обсуждаемое в современных лингвистических дисциплинах **«снятие прагматической пресуппозиции, или презумпции»**. (Пресуппозиция — термин латинского происхождения: ср. *pre* — перед, предварительно и *suppositio* — предположение.) Может быть, его следовало бы ввести еще раньше, при обсуждении фигуры адресанта, на первом же этапе обсуждения ожиданий коммуникантов, которые они связывают друг с другом при вступлении в коммуникативный акт. Однако, учитывая большое количество спонтанных речевых ситуаций, в которые говорящие то и дело бывают вовлечены, вопрос о пресуппозициях был сознательно перемещен нами в эту главу.

Самое простое и нетерминологическое определение **пресуппозиции** есть определение ее через *ожидание*. Вступая в коммуникативный акт, оба партнера (адресант и адресат) ожидают, что у них имеются некоторые общие «сведения о мире», которые дадут им возможность держаться в процессе коммуникации изве-

стных обоим ориентиров и границ. Кстати, иногда пресуппозицию нестрого, но вполне приемлемо определяют как наличие у коммуникантов *предварительных знаний*.

Проблемы разработки коммуникативных стратегий — это во многом проблемы сопоставления наших ожиданий, пресуппозиции, с реальным процессом коммуникации. Понятно, что любой речевой акт связан с уточнением и корректированием пресуппозиций, однако, прежде чем уточнять и корректировать пресуппозиции, их все же необходимо «увидеть» и «прочувствовать». Именно этим коммуниканты, как правило, и озабочены на первых этапах коммуникации.

В лингвистической литературе о пресуппозициях сказано довольно много. Например, различаются так называемые **семантические пресуппозиции**, или пресуппозиции истинности, т. е. ожидания того, что, по крайней мере, часть высказывания является истинной. Кроме того, выделяют и прагматические пресуппозиции.

**Прагматические пресуппозиции** называют иногда «пресуппозициями известности» (в отличие от пресуппозиции истинности), в этом случае *прагматическую пресуппозицию определяют как ожидание того — или расчет на то,— что часть предлагаемой информации самоочевидна и/или хорошо известна слушателю.*

Скажем, если я намерен обсуждать вопрос о том, есть ли жизнь на Марсе, я ожидаю, что коммуниканту известно хотя бы следующее: Марс есть планета Солнечной системы (1) и Жизнь есть одна из форм существования материи (2). (1) и (2) есть компоненты моей прагматической пресуппозиции относительно слушателя — только при их наличии я позволю себе вступить с ним в коммуникативный акт по поводу жизни на Марсе.

**Пресуппозиции регулируют отношения между коммуникантами задолго до момента начала коммуникативного акта.** Это тоже своего рода негласные соглаше-

ния, на которые любой собеседник практически вправе рассчитывать.



Естественно, что чем выше специализация коммуникативного акта (т. е. чем более узкопредметный характер имеет коммуникативный акт), тем более точные пресуппозиции должны иметься у коммуникантов относительно друг друга.

Так, я не рискну обсуждать преимущества «твердых форм» стиха с адресатом, если ему ничего не говорят такие слова, как «сонет», «рондо», «ритурнель», «венок строф» и т. п. Адресат же, в свою очередь, вправе ожидать от меня, что я учту имеющиеся в его распоряжении пресуппозиции и не заставлю его барахтаться в море неизвестных ему понятий.

Если речь идет об обычном (не специализированном или, по крайней мере, не высокоспециализированном) коммуникативном акте, велика вероятность того, что хотя бы часть пресуппозиции коммуникантов окажется общей. Именно она, эта общая часть, и будет основанием для этаблирования коммуникативного акта.

**Общие пресуппозиции** определяют чаще всего в категориях энциклопедического знания о мире. Выражением такого энциклопедического знания являются представления о родовидовых (1) и структурных (2) особенностях предметного мира, или так называемые *таксономические* представления. В сущности это представления о классах, в которые включаются предметы и понятия на основании общих для них признаков, с одной стороны, и о признаках, из которых «состоят» предметы, — с другой.

Для того чтобы понять, что конкретно в данном случае имеется в виду, можно обратиться к логике Аристотеля: в соответствии с его представлениями, в частности, о таксономии, *отношения между предметами и понятиями* выступают в виде двух иерархий, или упорядоченных систем связей. Первая из них — это иерархия «быть» (иерархия бытия, существования), вторая — иерархия «иметь» (иерархия наличия, присутствия). Пред-

мет связан с обеими иерархиями и определить его место в мире других предметов легче всего с помощью уяснения его положения в составе каждой из иерархий.

**Иерархия «быть»** есть иерархия, определяющая позицию предмета-понятия в вертикальном ряду ему подобных, т. е. включение его последовательно во все более и более общие классы.

Возьмем, к примеру, такое не слишком широко и хорошо известное понятие, как *синекдоха*: для «чистоты эксперимента» даже лучше, если у того, кто знакомится с этим учебным пособием, нет ни малейших представлений о том, что это такое. Попробуем расположить понятие синекдохи в составе близких к нему понятий. Начнем с него самого (ибо именно оно нас сейчас интересует) как с нижнего звена и будем постепенно выводить его во все более широкие понятия до тех пор, пока не достигнем того уровня обобщения, на котором будет по крайней мере понятно, о чем приблизительно идет речь.

Итак, **синекдоха** есть частный случай **метонимии**. Трудно предположить, что у человека, никогда не слышавшего слово «синекдоха», уже на этом этапе появятся какие-либо отчетливые представления о содержании данного понятия. Но это еще лишь *первый уровень обобщения*.

Метонимия, в свою очередь, есть один из **тропов** — *второй уровень обобщения*. Впрочем, уровень этот тоже едва ли сулит какие-нибудь внезапные озарения непосвященным.

Троп — *третий уровень обобщения* — включается в понятие **риторических фигур**. Уже здесь, видимо, можно допустить, что часть читателей поняла, в какой области знаний искать синекдоху и что это за область знаний. Те же, у кого и сейчас не возникло никаких знакомых ассоциаций, могут двигаться далее по линии обобщения.

*Четвертый уровень обобщения*: риторические фигуры представляют собой формы **непрямого выражения (употребления слов и конструкций в не прямых значе-**

ниях). После четвертого уровня, смеем надеяться, с нами осталось еще меньше желающих подниматься выше.

Для тех, кто все-таки остался,— *пятый уровень обобщения*: формы непрямого выражения входят в состав **форм выражения** как таковых.

*Шестой уровень обобщения*: формы выражения включаются в понятие **оборотов речи**.

Схематически проделанный нами путь будет выглядеть так:

**1.оборот речи**

(шестой уровень обобщения)

**2.форма выражения**

(пятый уровень обобщения)

**3.форма непрямого выражения**

(четвертый уровень обобщения)

**4.риторическая фигура**

(третий уровень обобщения)

**5.троп**

(второй уровень обобщения)

**6.метонимия**

(первый уровень обобщения)

**7.синекдоха**

*Вертикаль, полученная таким образом, и представляет собой иерархию «быть», то есть систему упорядоченных связей, в которой каждый предшествующий элемент связан с последующим механизмом подчинения и которая перестает быть системой, если один из элементов исключен или перемещен.*

Однако иерархия «быть», разумеется, не дает и не может дать нам четких представлений о том, что такое синекдоха. Она только указывает направление поисков. Не будет ошибкой охарактеризовать синекдоху с помощью любого из элементов представленной выше иерархии: каждый из них действительно определяет синекдоху (например, синекдоха есть случай метонимии, синекдоха есть разновидность риторической фи-1уры, синекдоха есть тип форм непрямого выражения... синекдоха есть речевой оборот).

Вместе с тем более конкретные представления получает тот, кто находится не на вершине вертикали, а поблизости от ее основания. Сведения, находящиеся на «самой вершине», в той же степени истинны, но они настолько абстрактны, что ими практически невозможно воспользоваться.

Так, человеку, не имеющему представления о том, что такое орех, мало поможет сведение о том, что кокосовый орех — это еда: добыть «собственно еду» из кокосового ореха он все равно не сможет. Поэтому определение синекдохи как речевого оборота (для тех, кто вынужден был проследовать от первого до последнего, седьмого, уровня обобщения) способно, конечно, «что-то дать», но удовлетворение при этом получить трудно.

Для того чтобы создать о предмете более точные представления, следует рассмотреть его в составе другой иерархии — иерархии «иметь».

Иерархия «иметь» отвечает за *структуру* предмета, то есть демонстрирует, *из чего состоит* предмет. В этом смысле любой предмет можно представить себе как некоторую систему признаков, которые, налагаясь, друг на

руга, в конце концов, отграничивают данный интересующий нас предмет от других предметов. Например, зеленый квадрат отличает от зеленого треугольника только признак формы, красный квадрат от зеленого треугольника — признак формы и признак цвета, красный куб от зеленого треугольника — признак формы, признак цвета и признак трехмерности — и так далее.

Возвращаясь к синекдохе, попытаемся представить себе, из чего состоит это описание, то есть что необходимо для того, чтобы некое описание считалось синекдохой. Какого типа описание это должно быть?

*Признак первый:* это описание посредством названия.

*Признак второй:* это название не целого предмета, а только его части.

*Признак третий:* это название не любой части предмета, а только части существенной или выразительной.

*Признак четвертый:* это название не любой существенной или выразительной части предмета, но лишь той, которая наиболее быстро и точно дает представление о предмете (или вызывает соответствующий предмет в нашем представлении).

Например:

Поддай мне, пожалуйста, вон ту круглую штуку (1).

Поддай мне, пожалуйста, вон ту штуку с циферблатом (2).  
выразительного

(1) не фиксирует существенного или признака часов и не имеет потенциалов стать синекдохой «*На круге полночь*» есть дефектная синекдоха, создающая аномальное предложение, которое в принципе не может быть осмыслено. (2) фиксирует один из наиболее существенных признаков часов и имеет потенциалы стать синекдохой, пусть и не бог весть какой. Ср.: *На циферблате полночь* (вместо: *На часах полночь*).

Совокупность сведений, заложенных в двух «иерархиях», создает относительно полный концепт интересующего нас предмета.

Очевидно, что «сбои» в таксономической картине мира порождают конфликт коммуникативных стратегий (коммуникативной стратегии адресанта и коммуникативной стратегии адресата). Так, у адресата может быть свое мнение относительно синекдохи, что, кстати сказать, совсем не беспочвенно. Если адресат не считает синекдоху частным случаем метонимии, а такого мнения, кстати, придерживается довольно большая группа исследователей, утверждающих, что синекдоха есть самостоятельный троп, то естественно предположить, что коммуникативный акт по поводу синекдохи не будет протекать гладко.

Однако заметим со всей строгостью, что общие пресуппозиции отнюдь не исчерпываются энциклопедическими сведениями о мире. В состав общих пресуппозиций входят еще и так называемые **фреймы**, или сценарии.

Например, еще перед началом коммуникативного акта, в ходе которого я предполагаю дать обещание, я осведомлен о том, что такое обещание, т. е. о том, что данный «жанр» речевой деятельности предполагает соответствие моих последующих действий тому, что я намерен высказать, т. е. наличие определенной коммуникативной перспективы. Такими же знаниями располагает и адресат, который вправе ожидать от меня, при прочтении коммуникативного акта как «акта обещания», соответствия избранному мною речевому «жанру».

В ходе коммуникативного акта может, например, быть установлено, что я пообещал нечто непосильное для себя (например, *никогда больше не лгать*) — тогда мой партнер будет, очевидно, вынужден скорректировать свои представления о характере коммуникативного акта, обо мне как «обещающем» или о самом «жанре» обещания.

Ему придется задать себе, скажем, такие вопросы: не является ли коммуникативный акт, в который он вовлечен, ироническим, двусмысленным или демагогическим (т. е. шуткой, обманом или пустословием); пред-

старляет ли себе его партнер последствия инициируемой им речевой процедуры и адекватны ли представления партнера о «жанре» обещания вообще; а также, каковы его собственные (адресата) основания для того, чтобы считать данный коммуникативный акт «актом обещания». Только после решения этих вопросов адресат, по-видимому, рискнет сделать вывод о том, были ли его ожидания оправданными, и является ли данный предлагаемый ему коммуникативный акт действительно «актом обещания».

В лингвистической литературе определений **фрейма** дано очень много, причем не всегда совпадающих. Например, существует настолько широкое понимание фрейма, что им считается практически любое понятие вместе с сопровождающими его устойчивыми (историческими, национальными и проч.) ассоциациями. В этом смысле говорят, например, о фрейме «человек» или фрейме «история» и так далее. Дефиниция фрейма в подобных случаях настолько обща, что приводить ее просто рискованно.

Иногда термин «фрейм» выступает как синоним термину «сценарий», иногда — нет: тогда под фреймом понимают совокупность устойчивых представлений о *предмете или группе предметов*, а под сценарием — совокупность устойчивых представлений о *процессе* как наборе регулярно воспроизводящихся *событий*. Другие исследователи просто считают сценарии развернутыми фреймами.

Для наших целей воспользуемся самым простым и уловимым определением фрейма, причем разницы между фреймом и сценарием делать не будем — прежде всего, в силу того, что разница эта не столь уж очевидна. Относиться к предлагаемому определению фрейма (сценария) лучше всего как к определению рабочему, чтобы не предъявлять особенно высоких требований к степени его академичности.

Будем понимать под фреймом *устойчивый и достаточно стереотипно воспроизводящийся «жанр» речевого взаимодействия (в духе «речевых жанров» М. М. Бахтина), который к настоящему времени можно рассматривать в качестве своего рода ритуала или топика.*

Хорошее представление о фреймах дают в этом смысле учебники иностранных языков, построенные по принципу обучения речевым ситуациям: сведения о языке в таких учебниках имплицитно присутствуют в топиках (от греч. «*topos*» — место), т. е. в актах взаимодействия, наиболее часто встречающихся в жизни: ср. такие топика, как «В аэропорту», «На вокзале», «Паспортный и таможенный контроль», «В гостинице», «На почте», «В магазине», «В парикмахерской» и многие другие. Знать эти ситуации означает знать речевые обороты, «задействованные» в соответствующих (в частности, национальных) ритуалах.

Между прочим, все перечисленные выше «учебниковые» речевые ситуации действительно являются фреймами и знание этих фреймов в высшей степени необходимо. Другое дело, что фреймы эти относительно простые и не надо быть особенно хорошим речевым стратегом, чтобы купить в магазине полкило сыру (исключение в этом смысле составляют магазины, где не продается сыра: купить сыр в таком магазине значит действительно проявить недюжинные речевые способности!).

Для удобства такие простые фреймы можно назвать фреймами места: структура их во многом определяется тем, где происходит коммуникативный акт. Из этого, однако, не следует, будто все фреймы места одинаково просты: например, фрейм «В церкви» предполагает знание чрезвычайно сложного ритуала, если коммуникант, разумеется, желает соответствовать этому фрейму.

Однако, к сожалению, фреймы, которые должны «в готовом виде» быть в распоряжении застигнутого речевым актом, не исчерпываются «фреймами места»: за их пределами лежит чрезвычайно большая и разнообраз-



ная область «ритуальных» речевых ситуаций, отнюдь не каждая из которых (несмотря на свою, в общем-то, традиционность) досконально известна коммуникантам. Вот примеры лишь нескольких фреймов, читая список которых, лучше всего пытаться представить себе, всегда ли одинаково легко сориентироваться хотя бы в упоминаемых фреймах:

*клясться, иллюстрировать, приглашать, договариваться, упрашивать, сочувствовать, пересматривать, хвастаться, отречься, информировать, делать выговор, анализировать, гарантировать, докладывать, объяснять, присягать, толковать, соблазнять, рекомендовать, обвинять, запрещать, возражать, признаваться, оспаривать, предупреждать, аннулировать, успокаивать и прочие.*

В принципе адресат, приглашенный к речевому взаимодействию в рамках одного из этих (или многих других) фреймов, должен заранее располагать не только сведениями о том, «как это делается», но и иметь недвусмысленную коммуникативную стратегию по отношению к любой из этих речевых ситуаций.

Реальная же, то есть складывающаяся в пределах текущего коммуникативного акта, коммуникативная стратегия будет лишь вариантом по отношению к «домашней заготовке» (более или менее инвариантной структуре, хранящейся в «речевой памяти» индивида и составляющей часть его речевой компетенции).

Иными словами, нормальная коммуникативная стратегия в ходе того или иного коммуникативного акта, как правило, имеет в качестве «фона» соответствующий ей фрейм: вообразить себе какую бы то ни было речевую ситуацию, *абсолютно новую* для коммуникантов (разумеется, если коммуниканты не дети), все-таки весьма затруднительно. Тем не менее следует на всякий случай иметь в виду, что утверждать, будто каждая речевая ситуация базируется на известном коммуникантам фрейме, было бы, пожалуй, все-таки слишком неосторожно.

Итак, «энциклопедические» знания, а также модели соответствующих фреймов (сценариев) плюс некоторые другие «предварительные сведения», которые в каждом конкретном случае приходится оговаривать специально, образуют то, что в литературе иногда называют **«коммуникативным фоном»**, «фоном допущений и практик» или каким-нибудь подобным словосочетанием. Этот фон способен создать если не полную, то, во всяком случае, достаточную боевую готовность адресата, даже не подозревающего о предстоящем ему коммуникативном акте. Однако этот фон, тем не менее, не обязан гарантировать успешность коммуникации, которая, как мы понимаем, зависит далеко не только от общих пресуппозиций.

Общие пресуппозиции есть стартовый капитал или верительные бумаги, молчаливо вручаемые коммуникантами друг другу. В «бумагах» этих записано очень много самых разнообразных соглашений (от соглашения о том, что оба коммуниканта на момент начала коммуникативного акта вменяемы до соглашения о том, что Земля имеет форму шара и что на дворе начало XXI века). Иногда в эти «бумаги» вносятся сведения о предстоящем коммуникативном акте. Причем формулироваться подобные сведения могут по-разному. В зависимости от особенностей формулировок и различаются коммуникативные акты двух названных выше подгрупп в составе группы «Ожидаемые коммуникативные акты».

### § 3.1. Коммуникативные акты, предполагаемые адресатом

Не будет большим преувеличением сказать, что самые разнообразные коммуникативные акты «угрожают» нам практически на каждом шагу. Об угрозе некоторых из них мы вообще не имеем никакого представления (модель: *скажите, пожалуйста, как пройти на 16-ю Парковую улицу?*) — коммуникативные акты такого типа уже были предметом обсужде-

ния в параграфе «Неожидаемые коммуникативные акты»). Вероятность других представляется нам вполне отчетливо. Понятно, что применительно к ним должна иметь место некоторая предварительная готовность адресата.

Причем чем выше вероятность того или иного коммуникативного акта, тем большей должна быть и степень готовности. Если мне, например, доподлинно известно, что на всю оставшуюся жизнь я обречен каждый день эффективно избегать общения с моим соседом по лестничной клетке, лучше всего не придумывать во время каждой очередной встречи новую стратегию, а воспользоваться некоторой хорошо работающей коммуникативной схемой. Разработка ее напоминает разработку некоего компьютерного шаблона — регулярно воспроизводимого «образца» (не требующего каждый раз больших затрат времени и сил), в который будет «на месте» вписываться лишь варьирующаяся часть информации.

Отчасти предварительную готовность к предполагаемым коммуникативным актам обеспечивает набор общих прагматических пресуппозиций, имеющийся в распоряжении человека. Кстати, как раз эти, общие, пресуппозиции и создают минимально необходимый уровень «защищенности» адресата при вступлении его в коммуникативный акт. Только имея в своем распоряжении пресуппозицию (то, что известно), я смогу понять ассерцию (то, что утверждается).

Таким образом, некий расчет на то, что адресат априори, условно говоря, подготовлен к предполагаемой им речевой ситуации, делать вполне допустимо. Но если такой степени готовности вполне хватает для речевой ситуации, возникающей непредсказуемо, то ограничиваться этим уровнем тогда, когда коммуникативный акт легко предполагаем, было бы все-таки несколько нестратегично.

О речевых ситуациях, какого плана в данном случае, собственно, идет речь? Их можно описать такой не

слишком привлекательной, например, моделью, как *теперь тебе попадет от начальства (народный вариант: знает кошка, чье мясо съела)*. Стало быть, имеются в виду речевые ситуации-следствия, причины которых адресату в принципе известны. А значит, можно с достаточно большой долей уверенности утверждать, что о характере следствий (как приятных, так и неприятных) кое-какие предварительные познания у адресата обязательно бывают.

Это и есть сведения из области будущей речевой ситуации, которые уже нельзя квалифицировать в качестве набора общих прагматических пресуппозиций. Данную группу пресуппозиций лучше всего охарактеризовать как **конситуативные пресуппозиции**, т. е. представления о направлении и структуре предстоящего коммуникативного акта.

От неожиданных коммуникативных актов коммуникативные акты, предполагаемые адресатом, отличаются тем, что из группы общих пресуппозиций в подобных случаях отчетливо вычленяется некоторая «подгруппа», которую имеет смысл «активировать» (понятно, что «ожидание скандала» и «ожидание поощрения» суть разные виды ожидания!): это и есть релевантные для предстоящей речевой ситуации, или конситуативные пресуппозиции.

Активирование подгруппы общих пресуппозиций желательно произвести для того, чтобы «освежить» в сознании адресата известный ему инвариант коммуникативной модели и соответствующий ей тип коммуникативной стратегии. Тогда практически никакая коммуникативная стратегия адресанта, включая даже, пожалуй, самые экстравагантные, не застанет адресата врасплох. В случае, когда подготовка к предполагаемому коммуникативному акту осуществляется по схеме, если — *то* («Если мне предложат понижение в должности, я соглашаюсь, а если предложат переход в другой отдел — отказываюсь» и т. п.), обычно «проигрываются» все основные типы реакций.

Такая подготовка позволит адресату довольно скоро опознать коммуникативную стратегию адресанта, а это на этапе этиблирования коммуникативного акта самое важное. Потому что последовательность реакций есть то, что делает коммуникативную стратегию адресата состоятельной, и позаботиться об этой последовательности лучше заранее. Тактические скачки компрометируют адресата как ничто другое.

Безусловно, если коммуникативный акт только *предполагается* (а, например, не объявлен), вероятность ошибиться в его характере не маленькая. И в том случае, если ошибка действительно произошла, искать «виноватых» не стоит: видимо, при таком стечении обстоятельств имеет место одна из незапрограммированных адресатом (т. е., как правило, парадоксальных) коммуникативных стратегий адресанта. А значит, нелишне помнить, что предполагаемый коммуникативный акт не есть неизбежный коммуникативный акт и что вариант «отсроченной» коммуникативной стратегии в подобных случаях тоже вполне допустим.

**Отсроченная** коммуникативная стратегия, то есть коммуникативный акт, откладываемый на будущее, остается безусловным правом адресата и здесь — точно так же, как в условиях неожиданного коммуникативного акта. Можно с полной уверенностью утверждать, что отсроченная коммуникативная стратегия всегда лучше, чем случайно и наспех выбранная. И, в сущности, единственной разумной формой речевого поведения адресата, «не рассчитавшего» предстоящей шахматной партии или оказавшегося перед чрезмерно коварным противником, следует признать стремление оставить речевую ситуацию открытой.

А потому «стратегичнее всего» будет попытка преобразовать данный коммуникативный акт в какой-либо другой, разумеется, если условия речевой ситуации это позволяют. Если же нет, то при неудачных стечениях обстоятельств не остается ничего другого, как

«преобразовать» актуальный коммуникативный акт, предполагаемый адресатом, в будущий коммуникативный акт, объявленный адресантом. Тем более что прагматических клише для такого преобразования предостаточно (от обтекаемого: *разрешите мне подумать над этим вопросом*, до прямого — *Вы застали меня несколько врасплох*). Иначе говоря, тем или иным способом адресату следует сильно опередить адресанта в признании речевого акта неприемлемым.

В этом отношении коммуникативная стратегия адресанта сильно отличается от коммуникативной стратегии адресата: если со стороны адресанта признание речевого акта неприемлемым происходит, как правило, по окончании акта речевого взаимодействия, то для адресата такое открытие, разумеется, «выгоднее» сделать не так поздно — в идеале, чем раньше, тем лучше. Ибо в проигрыше очевидным образом оказывается тот, кто вынужден выслушать «приговор».

Такие «речевые условности» со стороны адресанта, как: *видимо, мне не удалось найти убедительных доводов*, обычно ничего не меняют в его оценке речевого акта и партнера по коммуникации: предполагать, что адресант действительно винит себя в неуспехе взаимодействия, могут только неисправимые идеалисты.

Итак, в случае с коммуникативными актами, предполагаемыми адресатом, наиболее действенной будет, по-видимому, следующая коммуникативная стратегия: *активирование группы релевантных для предстоящей ситуации общих пресуппозиций как пресуппозиций конситуативных (1) и построение модели собственного речевого поведения в соответствии с ними (2); если пресуппозиции эти не подтверждаются в ходе реального речевого взаимодействия (3); имеет смысл предпочесть отсроченную коммуникативную стратегию (4), т. е. преобразовать данный коммуникативный акт в другой (4а) или в коммуникативный акт, объявленный адресантом (4б).*

Данная группа речевых ситуаций относится к разряду тех, уклониться от которых можно только «не явившись». «Отложительные методы» здесь тоже не годятся. Подобного рода коммуникативные акты представляют собой нечто такое, для чего требуется определенное мужество и «проигрывание» собственной коммуникативной стратегии любой ценой.

Говорить же о конкретной, подготовленной заранее коммуникативной стратегии применительно к речевым взаимодействиям, относящимся к 4б, как раз и возможно. Разумеется, это не означает, что данная стратегия должна быть негибкой, но даже ее гибкость может и должна быть «запланированной».

При разработке коммуникативной стратегии адресату следует помнить, что он «выбран» адресантом в качестве партнера по коммуникативному акту и что, стало быть, у такого выбора имелись некоторые основания. Разгадать эти основания и является первоочередной задачей адресата. Иногда (при «прозрачных» позициях в социальной иерархии: адресант — начальник, адресат — подчиненный) особенных способностей «разгадывать» и не требуется, но при «социальном равноправии» коммуникантов это может оказаться очень непросто.

*Коммуникативные акты с декларированным коммуникативным заданием (модель: я хотел бы поговорить с Вами о...)* в этом смысле *следует отличать от коммуникативных актов на свободную, то есть не оговоренную предварительно, тему.*

Насчет последних в лингвистической прагматике, кстати, существует одно хорошее правило: адресат имеет право знать содержание (а иногда, при нечетком фрейме, и структуру) объявленного коммуникативного акта. Право это диктуется не только требованиями этики (невежливо заставлять собеседника гадать), но и тре-

бованиями прагматики: стартовые возможности должны быть одинаковыми.

Какие из пресуппозиций адресата принимают участие в конструировании коммуникативных актов, объявленных адресантом? Прежде всего, пресуппозиции, касающиеся личности адресанта. Это означает, что собственные «энциклопедические знания» адресата и известные ему фреймы имеют значение только в том отношении, в каком они совпадают с «энциклопедическими знаниями» адресанта и известными ему фреймами. Потому что (и об этом уже говорилось выше) именно общность хотя бы некоторых из них обеспечит коммуникативному акту возможность развиваться после старта, в чем оба коммуниканта будут, видимо, заинтересованы.

Предсказать же успешное его развитие возможно лишь в том случае, если коммуниканты не готовят друг другу явных подвохов в виде сильно расходящихся пресуппозиций или резко неожиданных коммуникативных стратегий. То есть участникам речевого взаимодействия в случае с запланированным коммуникативным актом полагается, в общем-то, соответствовать ожиданиям друг друга или оговорить свои «индивидуальные особенности» за пределами коммуникативного акта. Любая другая форма поведения была бы саморазрушительной, фактически ведущей к коммуникативной неудаче.

Если сравнивать коммуникативную стратегию адресата, *уведомленного* о планируемом коммуникативном акте, с коммуникативной стратегией адресата, который только *предполагает* предстоящий коммуникативный акт, то становится понятно, что в первом случае ссылки на неподготовленность к речевому взаимодействию уже не могут быть извинительными. В обязанности адресата фактически входит разработка довольно четкой и точной линии поведения. Иными словами, **особенность коммуникативных актов данного типа** состоит в том, что «основная работа» коммуникантов происходит до момента этаблирования коммуникации, тем более, что направление для такой работы, так сказать, предварительно задано.



А потому обременять инициатора коммуникативного акта речевой ситуацией, в которой адресат по ходу взаимодействия ищет оптимальную коммуникативную стратегию, в высшей степени «непрагматично». Между прочим, при таком стечении обстоятельств инициатор коммуникативного акта вправе обратить внимание адресата на то, что у него, адресата, было достаточно времени подумать о том, с какой речевой программой вступить в коммуникативный акт. Судорожные поиски нужной речевой программы адресатом практически означают не только неуважение к собеседнику, но и отсутствие стремления к общей коммуникативной цели, т. е. по существу игнорирование успеха взаимодействия.

**Основная ошибка** адресата при подготовке к объявленному взаимодействию — это, как правило, *подмена пресуппозиций собеседника своими собственными пресуппозициями*. Интересно, что основанием для такого правила служит довольно известный психологический механизм, а именно не критическое отношение к собственным знаниям. Стоит ли удивляться, что я могу оказаться совершенно неподготовленным к коммуникативному акту, если при рассмотрении его перспектив я все равно не пойду дальше проецирования собственных пресуппозиций на собеседника?

В сущности, реальная подготовка к реально нависшей надомной речевой ситуации есть **ревизия моих же пресуппозиций**. И лучше всего для предстоящего коммуникативного акта, если я подвергну их сомнению и попытаюсь представить себе, как еще интересующая меня группа пресуппозиций могла бы быть организована. Не лишним будет и провести инвентаризацию параметров фрейма речевой ситуации, к которой я хочу прийти подготовленным: легко может оказаться, что я рассматриваю соответствующий фрейм односторонне. (Например, я убежден в том, что, приглашая меня на обсуждение некоего конкретного вопроса, адресант предлагает мне участвовать в дискуссии, в то время как ему, может быть, интересно выслушать лишь мое мнение, без презентации собственно-

го.) Разумеется, я не забуду, и получить у инициатора будущего коммуникативного акта все возможные сведения о предмете и направлении взаимодействия.

Может быть, правильно было бы считать, что объявленный коммуникативный акт происходит задолго до его начала, а реальный же процесс речевого взаимодействия — лишь форма его «фиксации». При четком и точном осознании коммуникантами своих коммуникативных стратегий собственно коммуникативный акт, условно говоря, уже и ни к чему.

Проблемы из круга **речевой акт неприемлем**, возникают применительно к анализируемому случаю лишь тогда, когда налицо **конфликт коммуникативных стратегий**, проявляющийся в невозможности скоординировать пресуппозиции коммуникантов или их представления о соответствующем коммуникативном акту фрейме. Вот почему как пресуппозиции, так и предполагаемый обоими собеседниками фрейм лучше всего напрямую вербально эксплицировать (назвать) уже в начале коммуникативного акта.

Разумеется, никто не требует уточнять ситуацию в таких выражениях, как: «Простите, Вы ведь намерены мне что-то пообещать?» или «Если я правильно представляю себе цель нашей встречи, то Вы хотите признаться мне в любви» и проч. Речь идет исключительно о том, чтобы довольно косвенным (но все-таки доступным для понимания!) образом обозначить свой взгляд на релевантные вещи и создать у инициатора коммуникативного акта представление о том, что адресат точно понимает «жанр» предлагаемого ему взаимодействия.

Такие прагматические клише, как: *не выходит ли это за рамки нашей темы? или мы, как я понимаю, встретились, чтобы обсудить вопрос о...* и т. п., могут оказать неоценимую услугу собеседникам, «наводящим мосты». Прагматические клише, вроде приведенных, одинаково необходимы как адресату, так и инициатору коммуникативного акта, ибо опасность выйти за пределы «коммуникативной рамки» всегда очень велика.

Поэтому коммуникантам, особенно в процессе этаблирования коммуникативного акта, лучше всего время от времени посылать «сигналы», свидетельствующие о том, что оба все еще пребывают в объявленных условиях речевого взаимодействия. Такие сигналы можно рассматривать как метатекстовую область речевого взаимодействия.

Под **метатекстом** (от греч. *meta* — около, после) обычно понимается текст, *сопутствующий другому*. Применительно к коммуникативным актам собственно текстом следовало бы, видимо, считать **предметную область речевого взаимодействия** (то есть все то, что направлено непосредственно на *предмет* взаимодействия: так, если мы встретились, чтобы обсудить положение дел в тяжелой индустрии, тяжелая индустрия и является предметом нашего взаимодействия), и очевидно, что эта область регулируется нашими «предметными пресуппозициями» (пресуппозициями, связанными с нашими представлениями и представлениями нашего партнера о тяжелой индустрии).

#### **Что же касается метатекста...**

Прежде всего заметим, что метатекст почти *всегда* присутствует в структуре коммуникативного акта — «почти» употребляется откровенно на всякий случай. Сознательно или бессознательно, прямо или косвенно, эксплицитно (явно) или имплицитно (скрыто) коммуниканты в принципе постоянно посылают друг другу сигналы, свидетельствующие о том, каким образом они сами расценивают данный коммуникативный акт: оправдывает он их ожидания или не оправдывает, есть ли у коммуникантов все еще представление о коммуникативной цели или они уже потеряли ее, «прочитывают» ли они коммуникативные стратегии друг друга или пребывают относительно их в полном неведении и т. д.

Все это как раз и означает последовательное построение метатекста на протяжении всего процесса комму-

никации. Всякий раз, когда «текущий» коммуникативный акт» мною или моим собеседником выводится из области предметных высказываний (о референте) в область конкретной речевой ситуации (условия взаимодействия) , происходит обращение к метатексту.

Речевые модели типа: *не могу не согласиться с Вами; у меня другое мнение на сей счет; не могли бы Вы повторить последнюю мысль?; как это называется на языке науки?; что Вы имеете в виду?; я не очень понял ход Ваших рассуждений; на основании чего Вы это заключаете?; если позволите, я затрону еще вот какой вопрос; давайте прервемся на минутку; налить Вам кофе?; мне кажется, мы зашли в тупик; отвлеченно говоря, мне не нравится Ваше сравнение; не нужно так настаивать; как прикажете Вас понимать?; по-моему, Вы только запутываете вопрос; кто-то стучит — мне придется открыть* и мн. др.— являются маркерами актуальной речевой ситуации и выступают, таким образом, метатекстом по отношению к «собственно тексту». (Правда, обычно в лингвистической практике разграничения между текстом и метатекстом не предлагается — в этом убеждает уже заголовок статьи замечательного польского ученого Анны Вежбицкой «Метатекст в тексте».)

Построение метатекста (в отличие от построения «собственно текста») регулируется представлениями о фреймах, поскольку именно фреймы задают структуру (не строго говоря, форму) коммуникативного акта. Естественно, структура эта многократно и многообразно варьируется в процессе общения, иногда даже настолько, что полностью видоизменяется (как правило, при неудачных коммуникативных актах, однако это не жесткий закон). Но при инициации взаимодействия «привязанность к фрейму», может быть, в некоторых случаях даже гарантирует успешный старт.

Вот почему любая грамотная коммуникативная стратегия, разрабатываемая адресатом в связи с объявленным ему коммуникативным актом, уже в начале

коммуникативного акта будет предполагать обращение к известному ему фрейму — хотя бы только для демонстрации адресанту своих представлений о *релевантном фрейме*. Если уже на первом этапе взаимодействия адресант отклоняется от известной адресату коммуникативной схемы, пригодной в данном и подобных случаях (сигнал неполадок в структуре коммуникативного акта!), первоочередная задача адресата — отыскать в составе известных ему фреймов тот, который «отвечает» за реально предлагаемую ему речевую ситуацию (кстати, успешность такого рода поисков можно гарантировать почти всегда).

Скажем, я настроен «действовать» в соответствии с фреймом «объяснение поступка», и предположим, что это и есть нужный в данном случае фрейм. Однако адресант дает мне понять, что он-то имел в виду фрейм «оправдание проступка». Здесь важно заметить, что, несмотря на «объявленность» данного коммуникативного акта(!), адресат отнюдь не обязан осуществить немедленную ломку «заготовленного впрок» фрейма. Если адресат действительно убежден в пригодности фрейма, естественное право адресата — оговорить возможности использования собственного фрейма, а также недвусмысленно сигнализировать адресанту о своем желании или нежелании строить взаимодействие в соответствии с новым фреймом.

Кстати, при подлинной убежденности адресата формулировки здесь могут быть весьма и весьма жесткими, вплоть до — применительно к нашему примеру — проигрывания модели: *я не ожидал, что мне придется оправдываться, и оправдываться, в общем-то, не собираюсь*. В подобных ситуациях для успешного протекания коммуникативного акта гибкость потребуется уже от адресанта: точное опознание навязываемого им фрейма и отказ адресата действовать в предлагаемых рамках заставят инициатора коммуникативного акта либо сорвать взаимодействие самому (с переносом его в будущее, что дает адресату необходимый тайм-аут), либо принять

фрейм адресата. В обоих случаях это будет означать победу коммуникативной стратегии адресата.

Таким образом, правильным будет сказать, что текстовая область речевого взаимодействия постоянно находится под защитой некоего метатекста, который *все время сопутствует* «собственно тексту», хотя и может пребывать с ним в весьма сложных отношениях. Имеется в виду, что между текстом и метатекстом далеко не всегда «согласные» отношения: текст и метатекст в условиях конкретного коммуникативного акта могут взаимодействовать по-разному:

- развиваться параллельно (1);
- развиваться комплементарно (взаимодополнительно) (2);
- пересекаться (3);
- вступать в конфликт (4);
- метатекст в ряде случаев способен полностью заместить текст и более того — фактически вытеснить его за пределы коммуникативного акта (5).

(В связи с последней рубрикой ср., например, случай: *Я не в состоянии продолжать этот разговор, поскольку меня совершенно не устраивают Ваши методы вести дискуссию.*) Для наглядности можно еще вспомнить фрагмент из «Алисы в Зазеркалье» со знаменитой репликой: «Научитесь не переходить в разговоре на личности!» Этот фрагмент как раз и свидетельствует о переносе внимания с собственно предмета (область текста) на участников диалога (метатекст).

Предложенная типология отношений между текстом и метатекстом охватывает как ситуации успешного, так и ситуации неуспешного речевого взаимодействия. Проблемы, собственно говоря, начинают возникать с (3): при установке на успешный коммуникативный акт обоим коммуникантам следует избегать этой и последующих моделей взаимодействия текста и метатекста.

Суммируя изложенное, опишем гипотетическую коммуникативную стратегию адресата в случае с ожи-

даемыми коммуникативными актами как стратегию, предполагающую *серьезную предварительную работу на этапе подготовки к коммуникативному акту (1) — анализ собственных пресуппозиций и фреймов (1а), а также предполагаемых пресуппозиций и фреймов адресанта (1б) — с последующим, уже на этапе инициации коммуникативного акта, согласованием пресуппозиций (общих и конституативных) и фреймов обеих сторон (2), и в случае невозможности согласования (3) — прямое предъявление, собственных пресуппозиций и фреймов как формы отказа от речевого взаимодействия (3а) или как заявки на продолжение взаимодействия в рамках только собственных фреймов (3б), или только фреймов адресанта (3в).*

Будем считать, что в двух предшествующих главах были достаточно полно представлены два «компонента» структуры коммуникативного акта — адресант и адресат; обсуждены приемы и принципы инициации коммуникативного акта, а также вклад обеих сторон в его дальнейшее развитие или его прекращение. Здесь важно заметить, что стратегически лучше, видимо, вовсе не приступать к коммуникативному акту или остановить взаимодействие так скоро, как только возможно, во всех тех случаях, когда успешность коммуникации находится под угрозой. Это, по существу, в интересах, как адресанта, так и адресата.

Ни один из них, конечно же, не стремится к срыву взаимодействия на более поздних этапах, когда срыв такой, как правило, автоматически означает необходимость для одной из сторон брать на себя вину за «испорченный» коммуникативный акт. Не-инициация же коммуникативного акта или остановка его в самом начале легко может быть объяснена тем, что предстоящий акт не удовлетворяет подготовительным условиям коммуникации, а это, понятное дело, ни одному из коммуникантов в вину обычно не вменяется.

Значит, если инициация коммуникативного акта благополучно осуществлена, коммуникативный акт точно сориентирован и собеседниками сделаны первые, удачные шаги навстречу друг другу — иначе говоря, коммуникативному акту ничто не мешает развиваться далее,— в силу вступают «правила выполнения процедуры» (Дж. Остин), обсуждение которых мы начнем со следующего «компонента» коммуникативного акта — компонента, который называется «контакт».



## Глава 3. КОНТАКТ

Категория контакта есть одна из сравнительно новых для науки категорий. И не потому, что прежде эта категория не была известна, а потому, что контакт как таковой самостоятельно, довольно долгое время не был предметом внимания исследователей. Контакт изучался лишь «в группе» с другими компонентами коммуникативного акта, а потому чуть ли не вплоть до середины двадцатого века *о теории* контакта не могло быть и речи. Впрочем, утверждать, что теория эта *уже* сложилась к настоящему времени, скорее всего, тоже преждевременно. Однако современная наука сделала в данном направлении действительно много, по крайней мере, для того, чтобы контакт вошел в число компонентов коммуникативного акта на равных правах с прочими его компонентами.

Прежде чем обсуждать типы контакта, попытаемся рассмотреть эту категорию генерально, то есть в плане того, всегда ли возможно засвидетельствовать контакт («состояние контакта») между собеседниками, осуществляющими коммуникативный акт. Вопрос этот для удобства можно перефразировать следующим образом,: какие речевые действия действительно обеспечивают контакт?

### § 1. Коммуникативный кодекс

Будем исходить из соображения, в соответствии с которым любые речевые действия, осуществляемые

партнерами по коммуникативному акту, подлежат оценке с точки зрения их сознательности и преднамеренности. Это означает, что партнеры по коммуникативному акту в принципе должны отдавать себе отчет в каждом из своих речевых «поступков» и что каждый из этих поступков должен служить определенной, известной говорящему цели.

Если условия эти соблюдаются (т. е. речевые действия коммуникантов можно расценить как сознательные и преднамеренные), то в силу вступает то, что в лингвистической прагматике называется коммуникативным кодексом. **Коммуникативный кодекс** представляет собой сложную систему принципов, регулирующих речевое поведение обеих сторон в ходе коммуникативного акта и базирующихся на ряде категорий и критериев. (Может возникнуть вопрос: как соотносится коммуникативный кодекс с тем, что было обозначено в качестве речевых конвенций. **Коммуникативный кодекс** в этом смысле есть более общее понятие, регулирующее, в частности, и речевые конвенции.)

Базовыми категориями, участвующими в формировании коммуникативного кодекса, но не входящими в него, являются такие категории, как **коммуникативная (речевая) цель** и **коммуникативное (речевое) намерение**. Сознательность и преднамеренность коммуникативного акта приводят к тому, что связь между ними обычно довольно тесна. Если это условие выполняется, коммуникативный кодекс на практике становится регламентирующей системой для моделей речевого поведения, которые ведут к успешным коммуникативным актам или объясняют случаи неуспешных коммуникативных актов.

В этой системе *базовые категории* играют роль своего рода *регуляторов* речевого общения, т. е. тех механизмов, которые приводят в действие *критерии и принципы* корректного речевого поведения. Эти критерии и принципы могут «работать» только тогда, когда с базовыми категориями коммуникативного кодекса все более

или менее в порядке. Иными словами, когда коммуникативные тактики говорящих «доброкачественны», т. е. когда избранная говорящим коммуникативная тактика соответствует его коммуникативной стратегии и когда коммуникативная компетенция говорящего достаточна для того, чтобы привести коммуникативные намерения в согласие с коммуникативной целью. Ведь только таким образом говорящий и может пополнить свой положительный коммуникативный опыт действительно «работающими» коммуникативными тактиками.

Предположим, я ставлю перед собой такую коммуникативную цель, как убедить собеседника в моей правоте. В систему моих коммуникативных намерений входит, во-первых, аргументация моей правоты и, во-вторых, анализ заблуждений собеседника. (Опытный речевой стратег сразу увидит противоречие между стратегической установкой и набором выбранных мною тактических ходов. Он скажет, что для убеждения собеседника в моей правоте вполне достаточно такого тактического хода, как презентация собственных аргументов. Анализ же заблуждений собеседника легко может оказаться «подрывным фактором» в предполагаемой речевой ситуации.)

Соответствующему коммуникативному акту ничто не грозит до тех пор, пока я остаюсь в границах моего первого коммуникативного намерения. Однако понятно, что при переходе ко второму могут возникнуть известные трудности и что связаны они будут именно с тем противоречием в составе коммуникативного кодекса, которые я предполагал игнорировать.

В частности, такая коммуникативная цель, как убедить собеседника в своей правоте, предполагает совершенно бесконфликтные коммуникативные намерения. Любое намерение, *потенциально содержащее в себе возможность конфликта с собеседником* (анализ его заблуждений; ссылки на определенные — существующие для меня, но, положим, **не** существующие для него — авторитеты; апелляции к здравому смыслу, предусмат-

ивающие, в частности, отсутствие такового у собеседника, и проч.), чревато утратой коммуникативной цели.

Итак, мой коммуникативный промах объясняется *противоречием между коммуникативной целью и коммуникативными намерениями*. Предполагают также, что мне трудно будет найти надлежащую интенцию для реализации моей коммуникативной целью - интенции см. гл. 4, § 2).

В реальности коммуникативная цель, к сожалению, действительно не всегда находится в соответствии с коммуникативными намерениями. Происходит это, как правило, вследствие недостаточной коммуникативной компетенции говорящего, что, в свою очередь, может оказаться следствием не слишком богатого коммуникативного опыта. Однако обычно коммуникативный опыт индивида все же содержит достаточный набор «продуктивных моделей» речевого поведения, гарантирующих от противоречий обсуждаемого свойства.

То есть в нормальных случаях коммуниканты хорошо представляют себе, что, например, Похвала как подачка, скорее всего, не будет принята, что поздравления по случаю праздника не совмещаются с выражением соболезнования по случаю утраты, что согласие на выполнение какого-либо задания не выражается посредством сомнений в собственной состоятельности и т.д. Для того и существуют такие, например общие рекомендации, как «уходя, уходи», «не ломись в открытую дверь» и т. п.

Так что базовые категории, участвующие в формировании коммуникативного кодекса, в Принципе более «защищены», чем критерии и принципы коммуникативного кодекса.

Следует, вероятно, только заметить, что не существует «образцовой» коммуникативной компетенции, на которую каждому следовало бы ориентироваться равно, как не существует и «образцового» коммуникативного опыта, который можно было бы некритически заимствовать.

## § 2. Критерии коммуникативного кодекса

Два важнейших критерия в составе коммуникативного кодекса — критерий истинности и критерий искренности. Критерий истинности определяется в лингвистической прагматике как *верность действительности*, критерий искренности — как *верность себе*.

Будем считать, что мое коммуникативное намерение приведет меня к нужной мне коммуникативной цели в том случае, если выдерживаются оба критерия. Что значит «выдерживается критерий истинности»? Это означает, что «картины действительности», репрезентируемые мною, как минимум, не искажены, иными словами, в общем и целом у меня правильное или, говоря осторожнее, свойственное многим представление о мире (допустим, я вижу некоторые существенные различия между лошадью и человеком).

Что касается критерия искренности, то он выдерживается тогда, когда «картины действительности», репрезентируемые мною, *на самом деле* отражают мое отношение к действительности.

В идеале так и должно выглядеть речевое взаимодействие, предполагающее контакт: нарисованная здесь картина претендует на адекватность (кстати, не претендуя при этом на полноту и тем более — на подробность). Напротив, игнорирование критериев коммуникативного кодекса создает угрозу для контакта, а стало быть, и для коммуникативного акта в целом.

Однако более жесткая формулировка, что-нибудь типа «контакт не состоится», была бы неверна: обсуждаемые категории и критерии весьма тонки и по-разному влияют на контакт. Кроме того, возможны сложные комбинации категорий и критериев. Так, предосудительная речевая цель (например, пустить сплетню) предполагает нарушение обоих критериев. Однако, если соответствующие речевые намерения презентированы искусно и собеседнику не удастся разгадать коварства партнера по коммуникативному акту в ходе речевого взаимодейст-

**ВИЯ**, контакт не разрушается, и коммуникативный акт может даже выглядеть как вполне успешный. Для таких случаев существует достаточно точная характеристика: коммуникативный акт «не действителен» или «акт осуществлен, но он пуст» (Дж. Остин, с. 35).

С другой стороны, при достойной речевой цели могут подвести «речевые намерения»: например, побуждение совершить то или иное действие трудно спровоцировать угрозами (даже при точном следовании обоим критериям), при таких обстоятельствах срыв контакта неминуем.

Особенно сложен такой случай, как **искреннее заблуждение**, то есть *конфликтные отношения между критерием истинности и критерием искренности* (скажем, я действительно полагаю, что положение дел таково, каковым оно представляется мне, и пытаюсь, демонстрируя надлежащие речевые намерения, предостеречь собеседника от возможной опасности. Может быть, мне это даже удастся, между тем как в реальности никакой опасности нет и в помине — речевая модель: *благими намерениями вымощена дорога в ад*).

Другой вариант того же конфликта связан с ситуацией, когда я намеренно представляю положение дел искаженно, будучи искренне убежденным, что так, например, лучше для собеседника (речевая модель: *ложь во спасение*), в соответствии, с чем я привожу мою речевую цель, не презентирюя, однако, моих подлинных: речевых намерений. При таких обстоятельствах срыв контакта отнюдь не неминуем. Контакт вполне может состояться, более того, коммуникативный акт приведет к желаемому мною вербальному результату, но без коммуникативной перспективы: мой конфликт с критерием истинности, скорее всего, приведет к ревизии результатов «успешного» коммуникативного акта со стороны моего партнера в дальнейшем.

Большой интерес представляет мысль о том, что *возможность преступного пользования языком как бы исключена*: об этом во вступительной статье к сборнику статей по лингвистической прагматике пишут крупнейшие авторитеты в области отечественной лингвистической праг-

матики — Н. Д. Арутюнова и Е. В. Падучева. Приведем их довольно прозрачную мысль без комментариев:

*«Большинство предосудительных коммуникативных целей (обман, злословие, клевета, сплетни, наветы, хвастовство, оскорбления и др.) либо прямо имплицитно ложность предложения, либо в той или иной форме искажает картину действительности. Поэтому требование говорить правду и только правду... исключает возможность преступного пользования языком. Искренность и истинность в определенной мере покрывают друг друга»* (Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева, с. 28).

Понятно, что при столь головокружительно сложных взаимоотношениях между элементами коммуникативного кодекса строить коммуникативные стратегии есть занятие довольно обременительное и не всегда сулящее успех. Как раз для того, чтобы упростить задачи коммуникантов, коммуникативный кодекс и был описан не только в аспекте присущих ему общих *категорий* и *критериев*, но и в аспекте некоторых более конкретных *принципов*, или **законов**, совокупность которых способна во многом гарантировать успешность коммуникативных стратегий собеседников.

Речь идет о принципах, которые были презентированы общественности двумя крупнейшими зарубежными учеными, их имена — Дж. Н. Лич и Г. П. Грайс. На сегодняшний день наука располагает, таким образом, двумя подробными описаниями ведущих принципов коммуникации — они получили название по именам их основоположников: **принцип кооперации Грайса и принцип вежливости Лича.**

### **§ 3. Принцип кооперации в коммуникативном кодексе**

Сегодня этот принцип, несмотря на спорность отдельных его характеристик, которые уже неоднократно были подвергнуты дотошной лингвистической критике, считается тем основным принципом коммуникации, ко-

торыи нельзя оставить без внимания, если всерьез обсуждать такое явление, как коммуникативный акт.

Сам Г. П. Грайс описывает принцип кооперации следующим образом:

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

Менее сжатое описание выглядит так:

*«В нормальной ситуации человеческий диалог не является последовательностью не связанных друг с другом реплик — в этом случае он не был бы осмысленным. Обычно диалог представляет собой в той или иной степени особого рода совместную деятельность участников, каждый из которых в какой-то мере признает общую для них обоих цель (цели) или хотя бы «направление» диалога. Такого рода цель или направление могут быть заданы с самого начала (например, когда предмет обсуждения назван эксплицитно) или же выявляются в процессе общения; цель может быть четко определена, но иногда она бывает настолько смутной, что у собеседников остается широкая «свобода слова» (как при случайном разговоре о том, о сем). В любом случае на каждом шагу диалога некоторые реплики исключаются, как коммуникативно неуместные» (Г. П. Грайс, с. 221—222).*

**Принцип кооперации** представляет собой единство максим, которые, по мнению Грайса, определяют вклад участников коммуникативного акта в объединяющую их речевую ситуацию. Каждая **максима** состоит из нескольких постулатов. Максим четыре:

- максима полноты информации;
- максима качества информации;
- максима релевантности;
- максима манеры.

### **§ 3.1. Максима полноты информации**

**«ЕСЛИ ВЫ помогаете мне чинить машину, мне естественно ожидать, что ваш вклад будет не больше и не меньше того, который требуется: например, если в ка-**



**кой-то момент мне понадобится четыре гайки, я рассчитываю получить от вас именно четыре, а не две и не шесть гаек».**

*(Г. П. Грайс)*

Максима эта фактически связана с количеством (правильнее сказать, с дозировкой) информации, «задействованной» в коммуникативном акте.

**Постулаты** к этой максиме таковы: *твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется; твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.*

Эти условия, в принципе простые, в реальном акте коммуникации, как правило, бывает довольно трудно соблюсти. Однако невыполнение их способно привести к полной утрате контакта с партнером по коммуникативному акту. Разумеется, в таком случае невыполнение должно быть, так сказать, вопиющим, так как любой собеседник вообще-то вполне готов разделить точку зрения, согласно которой коммуникативный акт невозможно взвесить на аптекарских весах. А стало быть, трудно предположить, что взаимные реплики коммуникантов в жизни (а не в теории) будут каждый раз содержать ровно столько битов информации, сколько именно в данный момент требуется.

Напротив, как показывают исследования в области лингвистической прагматики, информации *всегда* предлагается чуть больше или чуть меньше, чем реально необходимо. Так, результаты наблюдений за работой информационной службы справочного бюро вокзала «Юнион Стейшн» в Торонто свидетельствуют, что профессиональным признаком сотрудников является «многословие» как следствие *предупредительного поведения*. Например, в ответ на вопрос о том, когда отходит тот или иной поезд, сотрудник информационной службы дополнительно сообщает о том, с какой платформы он отходит, иногда присовокупляя и сведения о местона-

хождении платформы (пример из работы: Дж. Ф. Аллен, Р. Перро, с. 348).

Причина сообщения «избыточных» сведений, видимо, чрезвычайно проста: работники информационной службы привыкли к тому, что через короткое время тот же самый клиент обычно подходит с вопросами, с какой платформы производится посадка и как побыстрее эту платформу найти. Во избежание траты своего времени и времени клиента на повторный «вход» в фактически ту же самую речевую ситуацию сотрудники информационной службы и нарушают принцип кооперации, однако порицать их за это едва ли было бы справедливо.

Приведенный пример иллюстрирует «победительную силу жизни» по отношению к науке.

Однако та же самая «жизнь» показывает, что далеко не каждый из клиентов способен во всей полноте принять предлагаемую ему информацию. И опасность того, что он, даже после получения этой «избыточной» информации, *тем не менее*, еще раз подойдет с вопросом о том, с какой платформы отходит поезд и где эта платформа расположена, остается довольно большой: информация, не релевантная для тебя на данный момент, остается, как правило, без внимания. И если твоя коммуникативная цель узнать время отправления поезда, то прочие, «лишние», сведения могут и не задержаться в твоём сознании — более того, показаться тебе досадно отвлекающими твоё время на «пока еще не нужные тебе подробности». Иными словами, *в принципе полезная* для тебя информация игнорируется как *на данный момент бесполезная*.

На памяти у каждого имеются как речевые ситуации, когда спросивший о чем-либо должен выслушать массу ненужных ему подробностей, так и речевые ситуации, когда спросивший отнюдь не удовлетворяется нужным ему количеством информации и дополнительно запрашивает «еще чуть-чуть». Для примера сравните в этом смысле две однотипные речевые ситуации и

попробуйте выбрать ту, которая представляется Вам более желательной.

*Вопрос:* Скажите, пожалуйста, как пройти в Столешников переулок? (*Вопрос задан у Большого театра.*)

*Ответ 1:* Прямо по улице (*указательный жест*), третий поворот налево.

*Ответ 2:* Вы можете пойти либо по Петровке, это за углом, обойти Большой театр сбоку, сразу за ним переулочек налево, проезд Художественного театра. Вы туда не сворачивайте, а продолжайте идти прямо, вдоль такого маленького садика, там кафе, пока не дойдете до второго переулочка налево. Его тоже надо миновать, а следующий переулок и есть Столешников. Но Вы можете еще, и пойти вдоль фасада Большого театра, обогнуть станцию метро «Охотный ряд» — это будет Большая Дмитровка, знаете? (*Вопросительный взгляд.*) Если Вы пойдете по ней, то Вам нужно пройти мимо первого переулка, который сворачивает направо, он совсем коротенький, дальше по Большой Дмитровке, мимо Театра оперетты и второго переулка, это Кузнецкий мост, мимо третьего переулка, Рахмановского, до четвертого, который и будет Столешников, Вы зайдете в него с другой стороны. Но Вы можете доехать отсюда и на любом троллейбусе — они останавливаются около метро «Охотный ряд», с той стороны, всего одна остановка, так и называется — «Столешников переулок».

Читателям предлагается сначала самостоятельно оценить преимущества и недостатки каждого ответа — при том, что как преимущества, так и недостатки имеются.

Заметим, что спрашиваемый ни в одном из случаев не застрахован от «переспрашивания». В первом случае спрашивающему, может быть, потребуется уточнить: «Это вдоль здания театра?» или «Столешников — это где на углу такой большой магазин, я имею в виду...» и т. п. Во втором случае — поскольку сведений «чуть-чуть»

многовато — я могу, выбрав один из вариантов, попросить повторить именно его или уточнить ускользнувшую от меня в обилии информации деталь («Значит, *четвертый* переулок направо, если по Большой Дмитровке?»). Кстати, если вариант выбран сразу же, можно дать понять собеседнику, что ему ни к чему затруднять себя описанием других вариантов.

Должен признаться, что меня не устраивает ни один из предложенных ответов. Грамотная коммуникативная стратегия предполагает в данном случае вопрос: «Куда конкретно в Столешникове Вам необходимо попасть?» — учитывая, что оба пути приблизительно одинаковой протяженности и что выбор пути действительно зависит от цели (вспомним опять же ситуацию из кэрроловской «Алисы в Стране чудес»: «Это зависит от того, куда тебе надо прийти!»).

Но даже и у подобной речевой стратегии, приемлемой прагматически, есть некий дефект: «прагматически незащищенный» собеседник может оценить твой вопрос как праздный и отделаться раздраженным: «Мне просто нужен Столешников переулок, а там я уже на месте разберусь».

Таким образом, дозировка информации есть во многом вопрос «ощущения собеседника». То есть ставить его безотносительно к участникам коммуникативного акта, как правило, бессмысленно. Другое дело, что даже в беседе с незнакомым человеком косвенные сведения о нем у нас имеются: помогают пресуппозиции и представления о фреймах, в данном случае следующие:

**(пресуппозиции)**

москвич или человек, который хорошо знает Москву, не задаст вопроса о том, как пройти в Столешников переулок (вопрос москвича, скорее всего, будет оформлен по-другому, например: «Тут где-то, я помню, был Столешников — это, кажется, по Петровке прямо?» и т. п.), а со-

общать же приезжему названия других переулков, которые он должен миновать, ни к чему;

приезжий, скорее всего, имеет какую-то конкретную (и, может быть, единичную) цель в Столешникове, который явно интересуется его отнюдь не как топографический объект, а стало быть, вопрос о том, что именно нужно ему в Столешникове, есть вопрос отнюдь не праздный;

спрашивающий настроен, идти пешком (сигнал — вопрос «Как пройти?», а не «Как добраться?») и при том, что это действительно близко (вопрос задан недалеко от Столешникова, а не, предположим, на Большой Полянке), предлагать ему связываться с московскими троллейбусами ради одной остановки, видимо, не стоит;

приезжему могут быть известны некоторые традиционные «туристические объекты» типа ЦУМ а и т. д.;

**(фрейм)**

вопрос «Как пройти?» есть узко практический вопрос, исключаящий праздный интерес к московской географии («просветительская работа» не необходима: названия переулков иррелевантны);

вопрос «Как пройти?» предполагает наличие в ответе «опорных пунктов»(названия больших улиц — Петровка, Большая Дмитровка — желательны как названия ориентиров) и т. д.

Стало быть, возможное предположение, что в разговор даже с совершенно посторонним человеком, встре-

ченным на улице, мы вступаем «с пустыми руками», лишено всяческих оснований, в нашем распоряжении всегда есть минимально необходимые сведения, достаточные для быстрого выбора эффективной коммуникативной стратегии. Важно лишь уметь использовать эти сведения таким образом, чтобы дозировка информации, осуществляемая нами, была «приблизительно точной».

Может показаться, что принцип «лучше передать, чем недодать» все-таки хорошо работает в большинстве речевых ситуаций, однако это не так. Представим себе (достаточно безответственно), что одним из ориентиров на пути приезжего в Столешников переулочек является маленький порномагазин: введение этой детали в объяснение дороги не есть лучший способ очертить траекторию движения.

В научных работах интересующего нас направления исходят из того, что собеседник, «переваривающий» полученную информацию, совершает еще и работу по уяснению для себя коммуникативной стратегии говорящего. «Порномагазин» может несколько сбить приезжего с толку, заставив предположить наличие некоего странного «дополнительного смысла» в словах партнера по коммуникативному акту (модель: *зачем мне об этом сообщают*?). Если пример с порномагазином покажется кому-то не слишком отчетливым, то можно представить себе такой «фрагмент объяснения»: «Там на углу всегда сидит старуха нищая... Кстати, очень похожа на Вас».

Итак, дозировка информации есть отчасти вопрос о том, *сколько* сведений сообщить партнеру по коммуникативному акту в *дополнение* к имеющимся у него пресуппозициям и представлениям о соответствующем фрейме. Однако «ощущение собеседника» предполагает, разумеется, не только учет пресуппозиций и представлений о фреймах, но и параметров «текущей» речевой ситуации (ситуативный контекст): естественно, я не предпочту **Ответ<sub>2</sub>**: если вопрос задан бегущим человеком (равно как, кстати, и не попрошу «огонька» у того, кто догоняет уходящий автобус)!

Для уяснения себе, в какой степени широкой и подробной информации конкретная речевая ситуация требует, удобна так называемая тактика «пробных шаров». Скажем, применительно к Столешникову переулку хорошим «пробным шаром» мог бы быть вопрос: «Вы, до какой степени хорошо ориентируетесь в этом районе?» При обнадеживающем, к примеру, ответе объяснения могут и вовсе свестись к точной фразе типа: «Это переулок напротив «Русских сувениров». «Пробные шары» хорошо помогают ориентироваться в незнакомых ситуациях, существенно дополняя предположения о том, каковы могут быть пресуппозиции и представления о фреймах собеседника, с одной стороны, и, избавляя от необходимости вводить лишние сведения, с другой.

### § 3.2. Максима качества информации

**«Мне естественно ожидать, что ваш вклад будет искренним, а не фальшивым. Если вы помогаете мне готовить торт и мне нужен сахар, я не ожидаю, что вы подадите мне соль; если я прошу у вас хлеба, я не ожидаю получить камень».**  
(Г. П. Грайс)

Общая формулировка максимы, по Грайсу,— «Старайся, чтобы твое высказывание было истинным». «Развернуть» эту формулировку предлагается в направлении следующих постулатов:

*Не говори того, что ты считаешь ложным.*

*Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.*

Данная максима имеет, разумеется, первостепенную важность — Г. П. Грайс даже позволяет себе утверждать:

*«Очевидно, что соблюдение одних постулатов более обязательно, чем соблюдение других: обычно че-*

*ресчур многословный человек подвергается менее строгому осуждению, чем человек, который говорит то, что считает ложным. И действительно, можно думать, что важность первого постулата Качества так велика, что этот постулат не должен включаться в общую схему: остальные постулаты вступают в силу лишь в предположении, что постулат Качества выполнен. Может быть, так оно и есть на самом деле...»(Г. П. Грайс, с. 223)*

Однако особенность этой максимы заключается еще и в том, что она весьма коварна по отношению к контакту: максима качества информации далеко не всегда действует на контакт разрушительно — замечание это уже было сделано чуть выше.

Причина такого положения кроется в следующем: о том, считает ли собеседник нечто ложным, знает лишь он один и при этом, мягко говоря, редко информирует об этом окружающих прямо. Самофальсификации, по З. Вендлеру, чьи работы уже упоминались ранее, противны человеческой природе, и если совершаются, то тогда уж бессознательно. В любом случае заявлений типа: *«Сейчас я, пожалуй, солгу...»* — практически не приходится слышать.

Что же касается проверки истинности высказывания собеседника, то этично такую проверку почти никогда нельзя осуществить тут же, т. е. в условиях данного коммуникативного акта. «Прозрение» обычно наступает за его пределами, когда реальные последствия казавшегося удачным коммуникативного процесса могут оказаться весьма разочаровывающими, а иногда и разрушительными (нежелательная коммуникативная перспектива!). Конечно, полностью исключать возможность «догадки», что твой партнер по коммуникативному акту лжет, не следует: подлинных мастеров в «искусстве вранья» все-таки не так много. А потому при соответствующем подозрении собеседнику имеет смысл сосредоточить внимание только на этом: при обнаружении



фактов несоответствия истине контакт можно считать сорванным независимо от того, соблюдены ли прочие постулаты.

**Сигналы неискренности собеседника представляют собой особую группу сигналов, И ЭТО:**

логическое противоречие (факты не согласуются друг с другом);

многократное акцентирование побочных мотивов (феномен привыкания к ложной информации как к истинной: чем чаще повторяется ложное суждение, тем больше вероятность принять его);

нагромождение подробностей (модель: *я забыл деньги дома на рояле*);

интимизация речевой среды (модель: *Вы ведь знаете, как я к Вам отношусь*)

и мн. др.

Однако зафиксировать соответствующий сигнал, разумеется, еще не означает понять коммуникативную стратегию говорящего. Поэтому единственная разумная тактика адресата — не *смена коммуникативной стратегии партнера, а смена собственной коммуникативной стратегии, которая с момента обнаружения неискренности получает иную коммуникативную цель*. Коммуникативной целью адресата становится: понять причины неискренности, то есть определить функцию ложных сведений в составе коммуникативной стратегии партнера. Ведь «ложь незачем» — явление весьма редкое. Посредством лжи практически всегда преследуется некоторая специальная коммуникативная цель. Возможно ли выявить ее?

Возможно, во всяком случае надо попытаться. **Механику выявления лжи** допустимо представить таким образом:

Во-первых, **коммуникативная цель лгущего всегда, как правило, обратна объявленной им коммуникативной цели**. А потому, в случае фиксации сигнала о несоблюдении первого постулата максимы — чем настойчивее,

определеннее и чаще объявляется коммуникативная цель, тем больше оснований для прочтения ее «с точностью до наоборот» (модель: *я желаю Вам только добра*).

Во-вторых, более адекватные представления о подлинной коммуникативной цели (ибо не все так просто!) дают **презентируемые говорящим коммуникативные намерения** — по ним просто легче составить себе представления о коммуникативной стратегии говорящего. К тому же коммуникативные намерения, как правило, эксплицируются — в отличие от коммуникативной цели, не всегда эксплицируемой или эксплицируемой ложно.

Так, если мой собеседник предполагает помочь мне как другу (коммуникативная цель), используя при этом доводы моих врагов (коммуникативное намерение), у меня возникает основание усомниться в подлинности его коммуникативной цели. То же самое происходит, если мне предлагается высказать свое мнение (коммуникативная цель), но на протяжении всего акта взаимодействия приходится выслушивать мнение собеседника (коммуникативное намерение), или мне дается обещание (коммуникативная цель) с бесконечным количеством оговорок (коммуникативное намерение) и т. д.

В принципе, несмотря на возможность указанных выше несоответствий, представления о том, какие коммуникативные намерения презентуют ту или иную коммуникативную цель, они входят в состав речевой компетенции говорящих — так что, если эксплицируемые моим собеседником коммуникативные намерения не совпадают с моим представлением о том, «как это вообще делается», контакт оказывается под угрозой.

В-третьих, адекватные представления о подлинной коммуникативной цели можно получить, **наблюдая за коммуникативной тактикой говорящего**. Коммуникативные тактики, ведущие к истинной коммуникативной цели, обычно гибки. Коммуникативные тактики, ведущие к ложной коммуникативной цели, обычно *жестки*,

*ригидны*. Во втором случае собеседник упорно реализует собственную коммуникативную стратегию — во что бы это ему ни стало, и любые предложения «взглянуть на вещи с другой стороны» им отвергаются.

Если предложения о «речевом сотрудничестве» (модель: *а может быть, дело совсем в другом*), неоднократно сформулированные мной, всякий раз встречают решительный отпор партнера по коммуникативному акту и он неукоснительно гнет свою линию, я чаще всего могу засвидетельствовать неполадки в следовании аксиоме качества информации.

В-четвертых, неискренний коммуникативный акт — это, как правило, коммуникативный акт, в котором метатекст **подавляет** текст, то есть комментариев больше, чем фактов. И это понятно: неискренность требует хорошо продуманного «антуража», «богатого интерьера», умело скомпонованного фона.

В-пятых, неискренний собеседник часто занят самохарактеристиками, как бы предваряя возможные характеристики партнера. Этот признак тесно связан с предшествующим, ибо тоже касается метатекстовой стороны коммуникативного акта. Выделить же его в качестве самостоятельного имеет смысл потому, что перед нами достаточно четко очерченная область метатекста, замкнутая на *авторепрезентации*.

Безусловно, это тоже только некоторые ориентиры, но ни в коем случае не правила «детекции лжи», однако располагать ими отнюдь не лишне.

Остается заметить, что, даже если контакт с неискренным собеседником состоялся, воспользоваться его результатами оказывается обычно невозможно — по причине фактической недействительности коммуникативного акта (см. также выше). Данное мне обещание на практике не выполняется, настоятельно рекомендованная книга оказывается плохой, вложенные в «успешное предприятие» деньги вылетают в трубу и т. д.

5 Речевая коммуникация

Рассмотренные случаи имеют отношение к нарушениям первого постулата аксиомы качества информации, т. е. к ситуациям, когда мой собеседник распространяет сведения, которые сам он считает ложными.

*Вторая группа случаев — высказывания без достаточных оснований* — близка к первой группе, но имеет одно довольно серьезное отличие от нее: истинность высказываний такого рода проверяема, часто даже в условиях данного коммуникативного акта.

Дело в том, что вопрос об основаниях принадлежит к вопросам, которые трудно обойти и которые обязательно отражаются в метатекстовой области коммуникативного акта.

Высказывания без достаточных оснований принадлежат к разряду не истинных, но не обязательно неискренних высказываний. Например, позволяя себе высказывание типа «А ненавидит В», я должен быть готов к вопросу типа: «На каком основании Вы это заключаете?». Разумеется, это мое дело, предъявлять мои основания или умолчать о них, но, если я действительно озабочен сохранением контакта с собеседником, я постараюсь, видимо, все-таки не отклонить вопроса, который я сам же спровоцировал. В противном случае моя коммуникативная стратегия должна быть квалифицирована как лишенная необходимой последовательности.

Однако понятно, что моя готовность отвечать за свои слова отнюдь не будет «затребована» адресатом на каждом этапе речевого взаимодействия. Естественно, большинство высказываний просто, что называется, принимается на веру, т. е. адресат справедливо полагает, что у меня есть достаточные основания для совершения того или иного речевого действия и что иначе я просто не стал бы ввергать его в ситуацию общения. Однако для сохранения состояния «устойчивого контакта» мне чрезвычайно важно не разочаровать адресата. От меня «автоматически» требуется время от времени предъявлять свои основания, даже если на них не поступает

«запроса», а также отдавать себе отчет в том, на чем базируются мои высказывания. В этом смысле только такая коммуникативная стратегия не чревата провалом.

Отсутствие же самоконтроля провоцирует ситуацию балансирования на лезвии бритвы: делая какое-либо заключение без достаточных оснований, я рискую спровоцировать собеседника на то, что основания будут предъявлены им и не обязательно в пользу моего заключения.

Например, заявляя: «Пушкин родился в Санкт-Петербурге», я тем самым провоцирую реакцию протеста собеседника. Даже если у меня хватает речевого такта принять поправку с выражением сожаления по поводу собственного просчета, коммуникативный акт может продолжаться, однако контакт уже находится в опасности: подорванный авторитет говорящего есть нечто, с чем довольно трудно бороться. **Фактор доверия**, о котором в науке последних лет говорится всерьез, действительно есть одно из важных условий успешной коммуникации.

Однако смиренное признание своего просчета (единственно грамотный ход в коммуникативной стратегии), к сожалению, не всегда является тем решением, которое предпочитает говорящий. Обычный тип коммуникативной стратегии в подобных случаях — попытка доказательства того, что «*По сведениям некоторых, Пушкин действительно родился в Санкт-Петербурге*», или что «*Пушкин отчасти родился в Санкт-Петербурге*», или что «*Пушкин мог бы родиться и в Санкт-Петербурге*» и т. п.

Стратегия эта непригодна не только потому, что Пушкин не родился в Санкт-Петербурге, и не только потому, что у меня *нет оснований* так считать, но прежде всего потому, что с того момента, как подобная стратегия запущена в ход, контакт начинает стремительно разрушаться, а коммуникативный акт утрачивает коммуникативную цель.

Фактически это означает перенос внимания с предмета взаимодействия на одного из участников взаимо-

действия и в науке характеризуется как **механизм появления случайной цели**. Дж. Остин охарактеризовал бы такую речевую ситуацию как нарушение правил выполнения процедуры (акт испорчен, причем причиной явилось так называемое препятствие, помешавшее двигаться дальше).

Под случайной целью в *данном случае* понимается стремление реабилитировать собственную речевую способность: это стремление становится насущным для «проштрафившегося» коммуниканта, чья главная цель в дальнейшем — не обсуждение предмета, а убеждение слушателей в том, что говорящий не так не информирован, как могло показаться. А стало быть, говорящий начинает интенсивную работу по созданию метатекста, бросив текст на произвол судьбы.

Совсем другое дело — поиск действительно необходимых оснований в процессе коммуникативного акта. В момент говорения мы не только извлекаем основания «из шкафа», где они до тех пор хранились. Несмотря на то что подавляющее большинство коммуникативных актов, за исключением, пожалуй, только обоюдных спонтанных, не всегда означает — *осуществить заранее подготовленное речевое действие* (равно как совершить убийство не всегда означает совершить заранее подготовленное убийство!), — то ясно, что часть высказываний в ходе реального коммуникативного акта возникает непредсказуемо: говорящий может предварительно вовсе не отдавать себе отчета в том, есть ли у него необходимые основания для того или иного высказывания. Вполне вероятно, что основания такие имеются, просто коммуникант об этом пока не знает.

Многим из нас знакома ситуация, когда, будучи внутренне убежденными в том, что мы в состоянии справиться с какой-то темой — просто в силу имеющихся в нашем распоряжении знаний (даже несмотря на то, что заранее *конкретно к этой теме* не готовились или готовились не слишком долго), мы все-таки рискуем вступить в диалог. Как раз такой диалог и будет диалогом,

по ходу которого нам придется искать основания для собственных высказываний.

Иногда основания эти действительно будут находиться нами, иногда — нет, и в принципе надо быть готовым как к одному, так и к другому. В тех случаях, когда основания найти затруднительно или просто невозможно, хорошей тактикой в поддержку данной, *«поисковой» коммуникативной стратегии* может быть тактика обращения к первому постулату аксиомы качества информации: не говори того, что ты считаешь ложным.

Практически это означает, что на протяжении всего акта речевого взаимодействия главным коммуникативным намерением оказывается презентация соблюдения условия искренности. То есть: всякий раз, когда мне нечем обосновать предлагаемый мною текст, я подключаю метатекст (характеристику текущей речевой ситуации), маркируя с его помощью недостаточные или вовсе отсутствующие основания. Например, хоть и так: *«Я позволю себе высказывание, оснований для которого у меня, собственно, не так много»*, или *«В моем распоряжении пока, к сожалению, недостаточно фактов для такого обобщения и тем не менее...»*, или *«Мне, скорее всего, нечем подтвердить это мое наблюдение»*, или даже *«Мне придется позволить себе совершенно безосновательное утверждение...»* и т. п.

Здесь, как и в ряде случаев, которые уже были предметом внимания в главе об адресате, в силу вступает доброе прагматическое правило: **в ходе речевого взаимодействия лучше самому предварить возможные критические замечания в свой адрес.** И сделать это следует отнюдь не из соображений самолюбия — дело в том, что любое критическое замечание фактически требует реакции, а реакция зачастую опять же грозит появлением случайной цели (в данном случае — цели самозащиты), утратой контакта и неуспешностью коммуникативного акта.

Последнее, о чем необходимо предупредить в связи со вторым постулатом максимы качества информа-

ции,— это подчеркнуто острая необходимость **сотрудничества** коммуникантов в ходе коммуникативных актов именно подобного типа. Имеется в виду буквально следующее: если случилось так, что вместо меня необходимые основания для моих же высказываний удалось найти моему собеседнику, от меня требуется лишь одно — с благодарностью принять эти основания как подарок, не испытывая при этом «ни зависти, ни ревности» и не пытаюсь найти другие основания просто для того, чтобы сохранить «авторство». Забота о сохранении авторства есть тоже одна из «случайных целей», разрушающих контакт.

Высказывания же без достаточных оснований, являющиеся результатом предосудительной коммуникативной стратегии, очень напоминают те, что были проанализированы применительно к первой максиме, останавливаться на них отдельно нет смысла.

### **§ 3.3. Максима релевантности**

**«На каждом шаге совместных действий мне естественно ожидать, что вклад партнера будет уместен по отношению к непосредственным целям данного шага. Когда я замешиваю тесто, я не ожидаю, что вы подадите мне интересную книгу или даже кухонное полотенце (хотя то же самое действие могло бы стать уместным вкладом на одном из более поздних шагов)».**

*(Г. П. Грайс)*

По собственному признанию Г. П. Грайса, при описании максим он пользуется категориями Канта: это категории Количества, Качества, Отношения и Способа. И если две первые максимы репрезентируют, как мы видели, Количество и Качество, то максима релевантности информации связана с Отношением. Данная максима предполагает фактически только один **постулат:**

**Не отклоняйся от темы.**



В первой главе мы уже имели возможность обсудить вопрос о том, как опознается релевантность/нерелевантность. Сейчас разговор пойдет о самом механизме релевантности. А механизм этот, несмотря на кажущуюся самоочевидность постулата, оказывается весьма сложным.

Г. П. Грайс и сам замечает, что эта максима и соответствующий ей постулат вызывают у него серьезные затруднения, что, в общем, хорошо понятно, поскольку реальный процесс коммуникации отнюдь не строится *локально*, т. е. *постоянно лишь вокруг одной темы* (шаг вправо, шаг влево считаются попыткой побега!). В нормальном коммуникативном акте (особенно спонтанного свойства) часты переходы от одной темы к другой, выходы за пределы в данный момент обсуждаемой темы, помехи извне, переключаяющие внимание собеседников на что-либо иное, «пробалтывание» общеизвестных аспектов темы и т. п.

Тем не менее *как стратегическая задача* неотклонение от темы имеет первостепенную важность именно для сохранения контакта. Психологам хорошо известно, что внимание аудитории рассеивается, если она не в состоянии связать произносимое в данный момент высказывание с объявленной лектором темой. «Состояние контакта» при попытках коммуникантов отклониться от темы и является сейчас предметом нашего внимания. Разумеется, сказать, что контакт в таких случаях ослабевает, явно недостаточно. Недостаточно и сказать, что контакт может быть потерян вовсе. Интересно, как действует механизм релевантности в ходе коммуникативного акта.

Сама по себе релевантность высказывания (определение этому понятию уже дано, см. гл. 1, § 5) далеко не так легко поддается фиксации, как это может показаться на первый взгляд. И речевую модель — *«довольно говорить не по делу»* — отнюдь не всегда допустимо предъявлять собеседнику в качестве замечания: сам он может полагать, что высказывания его имеют непосред-

ственное отношение именно к «делу» (самое странное, что при этом он может быть прав!).

Вопрос здесь в том, что представления о релевантности, присущие говорящему, с одной стороны, и слушающему, с другой, чаще всего не совпадают. Оно и понятно: слушающий не посвящен в тонкости коммуникативной стратегии говорящего — слушающий может только догадываться о том, на чем предьявляемая ему коммуникативная тактика строится. При этом слушающий вполне может допускать ошибки в оценке коммуникативной стратегии партнера по коммуникативному акту и, в частности, недооценивать презентуемый уровень релевантности.

Вспомним известный мотив из Евангелий — проповедничество Христа посредством притч. За недоумением слушателей (почему Он разговаривает с нами притчами?) стоит недооценка уровня релевантности высказываний: слушателям кажется, что притчи должным образом не соотнесены с темами, волнующими их. Недоумение такое в принципе поддается объяснению: связь притчи с темой вопроса, очевидная для говорящего, оказывается не столь очевидной для слушателей, которые ожидают *прямых* ответов, то есть ответов с использованием *тех же самых* опорных (ключевых) слов.

Будем, однако, иметь в виду, что в данном случае речь *идет о хорошо продуманной и не раз объясненной в Евангелиях коммуникативной стратегии* (ср. открытость приема: «Царствие небесное подобно...», «Чему уподобим Царствие небесное?» и т. п. в предлагаемом ниже тексте): этим он и отличается от коммуникативного акта, неадекватно сигнализируемого (см. гл. 1) Ср.:

*26. И сказал: царствие Божие подобно тому, как если человек бросит семя в землю,*

*27. и спит, и встает ночью и днем, и как семя всходит и растет, не знает он;*

*28. ибо земля сама собою производит сперва зелень, потом колос, потом полное зерно в колосе;*

29. *когда же созреет плод, немедленно посылает серп, потому что настала жатва.*

30. *И сказал, чему уподобим Царствие Божие? Или какую притчею изобразим его?*

31. *Оно — как зерно горчичное, которое, когда сеется в землю, есть меньше всех семян на земле;*

32. *а когда посеяно, всходит и становится больше всех злаков, и пускает большие ветви, так что под тенью его могут укрываться птицы небесные.*

33. *И таковыми многими притчами проповедовал им слово, сколько они могли слышать;*

34. *без притчи же не говорил им, а ученикам наедине изъяснял все.*

*(Евангелие от Марка)*

В приведенном фрагменте сопоставлены две различные коммуникативные стратегии, предполагающие соответственно два различных уровня релевантности. Может быть, имеет смысл обозначить один из них как *несфокусированную* релевантность (притчи), а другой — как *сфокусированную* релевантность (прямые «изъяснения»). Примечательно, что вопреки ожиданиям слушателей, требующих сфокусированной релевантности, Христос предлагает им релевантность иного уровня (несфокусированную релевантность), то есть объяснения посредством притч.

Чего можно добиться посредством такой стратегии? Посредством ее можно добиться того, что слушатели окажутся в состоянии «качественнее» освоить новую информацию: информация эта естественно присоединится к давно и хорошо известным им понятиям (в данном случае — земледельческим), через которые («... проповедовал им слово, сколько они могли слышать») и произойдет их приобщение к понятиям более отвлеченным.

Данную коммуникативную стратегию легко представить себе и на более практическом материале: если нам необходимо понять что-то действительно сложное

и мы не в состоянии сделать это через объяснения собеседника, мы начинаем действовать в соответствии с моделью: *приведите пример*. А привести пример как раз и означает сменить уровень релевантности, то есть переключиться с релевантности сфокусированной на релевантность несфокусированную, поскольку последняя обеспечивает более легкий путь усвоения непонятого.

Сфокусированная же релевантность требует определенного уровня «предметной подготовленности»: это более сложный путь к усвоению непонятого (потому-то он и приемлем лишь по отношению к «ученикам»: случайные же слушатели, не имея соответствующей подготовки — опыта общения, не могут воспользоваться подобными «изъяснениями»).

Безусловно, выделяя только два уровня релевантности (несфокусированную и сфокусированную), мы сильно упрощаем реальное положение вещей. На самом деле степень сфокусированности, так же как и степень несфокусированности, может быть весьма и весьма различной (ср. хотя бы в *рабочем порядке: сильно и слабо сфокусированная релевантность*).

Нам для наших целей достаточно только иметь в виду, что релевантная информация передается разнообразными способами. Существует целый спектр возможностей: от тавтологического определения («Царствие Божие есть царствие Божие»; ср. также обычные бытовые тавтологии типа: *женщины есть женщины, война есть война* и проч.) до фигурального (ср. приведенный выше фрагмент из Евангелия от Марка).

Поэтому в коммуникативную стратегию адресата и входит в качестве одной из сложных задач распознавание уровня релевантности высказывания. В некоторых случаях это только вопрос времени, т. е. торопиться с оценкой высказывания как нерелевантного, видимо, не стоит: высказывание, представляющееся собеседнику нерелевантным, может, в конце концов, не оказаться таковым.

Существуют, например, формы «затянутого подхода» к коммуникативной цели. При таких подходах у слушателя может возникнуть впечатление, что два соседствующих речевых действия не связаны друг с другом, в то время как на самом деле связь их обнаружится позднее. Даже при фигуральном «решении темы» может последовать толкование, отвечающее признакам сфокусированной релевантности (т. е. с привлечением опорных, ключевых, слов). Ср.:

1. *И учил их притчами много, и в учении своем говорил им: слушайте: вот, вышел сеятель сеять;*
2. *и когда сеял, случилось, что иное упало при дороге, и налетели птицы и поклевали то;*
3. *иное упало на каменистое место, где немного было земли, и скоро взошло, потому что земля была неглубока;*
4. *когда же взошло солнце, увяло и, как не имело корня, засохло;*
5. *иное упало в терние, и терние выросло и заглушило семя, и оно не дало плода;*
6. *и иное упало на добрую землю и дало плод, который взошел и вырос, и принесло иное тридцать, иное шестьдесят и иное сто.*
7. *И сказал им: кто имеет уши слышать, да слышит!*
8. *Когда же остался без народа, окружающие Его вместе с двенадцатью спросили Его о притче.*
9. *И сказал им: вам дано знать тайны Царствия Божия, а тем внешним все бывает в притчах,*
10. *так что они своими глазами смотрят, и не видят; своими ушами слышат, и не понимают, да не обратятся, и прощены будут им грехи.*
11. *Говорит им: не понимаете этой притчи? Как же вам уразуметь все притчи?*
12. *Сеятель слово сеет.*
13. *Посеянное при дороге означает тех, в которых сеется слово, но к которым, когда услышат, тотчас приходит сатана и похищает слово, посеянное в сердцах их.*

14. Подобным образом и посеянное на каменистом месте означает тех, которые, когда услышат слово, тотчас с радостью принимают его,

15. но не имеют в себе корня и непостоянны; потом, когда настанет скорбь или гонение за слово, тотчас соблазняются.

16. Посеянное в тернии означает слышащих слово,

17. но в которых заботы века сего, обольщение богатством и другие пожелания, входя в них, заглушают слово, и оно бывает без плода.

18. А посеянное на доброй земле означает тех, которые слушают слово и принимают, и приносят плод, один в тридцать, другой в шестьдесят, иной во сто крат.

*(Евангелие от Марка)*

Этот намеренно широко процитированный фрагмент есть весьма наглядный пример *отсроченной* «сфокусированной релевантности», когда каждый образ пространного фигурального высказывания получает впоследствии вполне прямое толкование: смена уровня релевантности происходит здесь как реакция на вопрос о смысле притчи.

Данный пример должен демонстрировать, что судить о релевантности высказывания по сугубо внешним признакам не есть образец хорошей тактики. Между тем как предъявленный в цитированном фрагменте тактический ход (модель: *что Вы имели в виду?*) представляется действительно образцовым. Если высказывание «не прочитывается» на предлагаемом уровне релевантности, это не обязательно является следствием коммуникативного просчета адресанта. Вполне возможно, что это коммуникативный просчет адресата, не восприимчивого к тому или иному уровню релевантности. А стало быть, проверить себя, обратившись к адресанту с просьбой о переходе на другой уровень релевантности, никогда нелишне. (Более подробно о типах релевантности разговор пойдет при анализе референта в соответствующей главе.)

Предлагаемая коммуникативная стратегия, направленная на сохранение контакта и тем самым на успешный результат коммуникативного акта, есть, таким образом, **стратегия выжидания** (и, во многом, стратегия доверия к собеседнику). Рекомендуемая генеральная установка — установка, в соответствии с которой в аспекте релевантности/иррелевантности высказывание оценивается по результату, а не в процессе произнесения.

Кстати, на неумении партнера по речевому акту дожидаться окончания процесса коммуникации основаны многие успешные рекламные ходы. Ходы такие предполагают отсроченные стратегии в расчете на простодушных адресатов, которые имеют обыкновение преждевременно выносить оценку коммуникативному акту. Это их обыкновение и ведет к тому, что они легко попадают на удочку составителей реклам.

Читатель, вне всякого сомнения, сможет оценить уровень дерзости (вместе с уровнем психологичности!) такой, например, рекламы в «Большом каталоге купонов Дании» (декабрь 1997 года):

**«Выиграйте один миллион — бесплатно.**

**Получите при этом приз — эксклюзивный кухонный набор — совершенно бесплатно!**

*Играйте с нами — это стоит 0 крон (+ порто [почтовые расходы — Е. К.]).*

(Здесь предлагается перевернуть страницу — прочая информация дается на следующей.)

Вы делаете так:

*Заполните купон миллионера и пошлите его уже сегодня, порто оплачиваем мы.*

*Или бесплатно позвоните по телефону 80 30 17 30.*

*Как только мы получим Ваш заказ, мы тут же отправим Вам контракт с номерами десяти Ваших премиальных облигаций.*

*Вы оплачиваете лишь 0 крон (+ порто) за приз — вместе с ежемесячным взносом в размере 100 крон в течение 48 месяцев, в целом 4 800 крон».*

Остается только надеяться, что читателю, находящему вкус в «затяжных прыжках», была отраднa эта эволюция от 0 — к 4 800 крон (плюс порто!).

### § 3.4. Максима манеры

«Мне естественно ожидать, что партнер даст мне понять, в чем состоит его вклад, и что он выполнит свои действия с должной скоростью».

(Г. П. Грайс)

Максима манеры предполагает обращение к способу передачи информации и связана не с тем, что говорится, а скорее с тем, как говорится. Г. П. Грайс предлагает к этой максиме один общий постулат:

**Выражайся ясно,**

**и ряд частных постулатов:**

- *Избегай непонятных выражений*
- *Избегай неоднозначности*
- *Будь краток (избегай ненужного многословия)*
- *Будь организован*

В принципе этот раздел коммуникативного кодекса имеет прежде всего отношение к *языку* и только через его посредство — к *принципам* подачи информации. Однако данный раздел все же будет охарактеризован в этой главе учебного пособия — отчасти чтобы не дробить концепцию Г. П. Грайса, отчасти потому, что допустимы и несобственно-языковые трактовки соответствующих постулатов. К разговору же о собственно языковых механизмах коммуникативного акта мы обратимся в пятой главе.

Как и прочие постулаты, постулаты максимы манеры формулируются довольно просто, однако при этом имеют отношение к весьма тонким механизмам речевого поведения, если рассматривать постулаты ответственно.

Прежде всего, категория «ясности» («**Выражайся ясно**») отнюдь не является категорией абсолютной. Чита-



тель будет прав, если выскажет предположение о том, что вопрос о степени «ясности» высказывания есть не только вопрос о степени «осознанности высказывания» продуцентом, но и о степени подготовленности реципиента к восприятию информации. Иными словами, многое зависит от пресуппозиций обоих собеседников и от того, насколько совпадают их представления о соответствующем фрейме.

При более или менее схожих пресуппозициях (когда само собой разумеющееся для обоих коммуникантов естественным образом опускается) добиться «ясности выражения», разумеется, гораздо проще, чем при пресуппозициях, в составе которых имеются большие расхождения.

Так, если мне нужно объяснить принципы работы в Windows 95 человеку, знакомому с Windows 3.1, у меня значительно больше шансов «выразиться ясно», чем, если передо мной адресат, никогда прежде не слышавший о компьютере. (Ср. также хороший пример П. Х. Ноуэлл-Смита: «Гору, о которой на собрании опытных альпинистов говорят, что она доступна, было бы несправедливо назвать доступной на собрании начинающих альпинистов. Это утверждение подразумевает, что успешное восхождение на эту гору зависит от возможностей людей, собирающихся его предпринять» (П. Х. Ноуэлл-Смит, с. 177). Или — в том, что касается фреймов,— мне будет чрезвычайно трудно «выразиться ясно», если я рассматриваю разговор как предварительный, тогда как мой собеседник ждет от меня окончательных решений.

Видимо, чувствуя некоторую зыбкость этого (тем не менее действительно необходимого) общего постулата, Г. П. Грайс и предлагает нам рассматривать его, так сказать, по частям, что действительно оказывается гораздо проще.

Частные постулаты призывают соблюдать интересы собеседника. Так, понятно, что контакт «держится» до тех пор, пока существует возможность осмысливать вы-

сказывание — именно об этом и говорит *первый частный постулат* («Избегай непонятных выражений»).

Эта, на первый взгляд, банальная мысль содержит тем не менее некоторые интересные перспективы.

Уже приходилось говорить о наблюдениях психологов, в соответствии с которыми, если превышен некоторый определенный коэффициент сложности материала, он перестает быть интересным даже тому слушателю, который был в высшей степени заинтересован в нем. Превысить же упомянутый коэффициент возможно не только за счет сообщения все более трудных для усвоения подробностей, но и за счет:

*неприемлемых по уровню сложности или плохих формулировок;*

*нарушения баланса «известное — неизвестное».*

В принципе адресант, вне всякого сомнения, обычно способен варьировать уровень сложности формулировок, разумеется, в тех случаях, когда он чувствует себя более или менее «дома» по отношению к теме. Хорошим советом по построению нужной коммуникативной стратегии в этом смысле будет совет работать разными регистрами «иерархии быть» (см. гл. 2, § 3).

*Соответствующий регистр этой иерархии* выбирается в зависимости от степени подготовленности собеседника. Если собеседник совсем не подготовлен к обсуждению темы, имеет смысл работать формулировками не нижних и даже не средних, но верхних разделов «иерархии быть». Скажем, при возникновении серьезных сложностей с пониманием синекдохи (пример из гл. 2, § 3) и даже тропа как такового целесообразно переключиться на более высокий регистр и начать объяснение, предположим, с риторических фигур как таковых или даже с непрямых форм выражения.

**Генеральное правило** состоит здесь в том, что чем *более общие категории* задействованы в объяснении

(естественно, если адресант не ограничивается только ими одними!), тем *проще и быстрее процесс приобщения партнера к трудной для понимания информации*. Иными словами, степень сложности в подаче материала вполне регулируема, и смена регистра отнюдь не представляет собой какого-либо головокружительного приема ораторского искусства: мы то и дело автоматически выполняем этот прием, не особенно отдавая себе в этом отчет.

Ведь каждый говорящий время от времени чисто рефлекторно осуществляет «замеры понимания» предмета разговора собеседником: замеры эти как раз и осуществляются сменой регистра на более близкий к предмету. Если собеседник продолжает «следовать» за нами — контакт в порядке. Видимо, есть смысл даже еще раз повторить, что в принципе любую тему допустимо обсуждать с любым собеседником. Говоря по существу, это только вопрос регистра. Хотя, с другой стороны, очевидно, что, например, для специалиста разговор на слишком высоком регистре (уровень предельно общих категорий) едва ли представляет особенный интерес.

Что касается **баланса «известное — неизвестное»**, то следить за ним тоже входит в непосредственные обязанности коммуникантов, особенно того из них, которому принадлежит речевая инициатива. Напомним, что общая рекомендация «неизвестное воспринимается *только* на фоне известного» служит здесь основным ориентиром.

Многое решает за коммуникантов речевая ситуация, в которую каждый из них вступает с определенными пресуппозициями и более или менее отчетливыми представлениями о фрейме. Но как бы точно ни были организованы пресуппозиции и как бы отчетливы ни были представления о фрейме, «предмет» взаимодействия может оказаться в полном смысле *terra incognita*, во всяком случае, для одного из коммуникантов.

В этом случае задача второго партнера по коммуникативному акту, причем задача из ряда первоочередных,— помочь собеседнику расположить новую информацию в составе его тезауруса. Поэтому, видимо, для адресанта не будет хорошей коммуникативной стратегией работать «голым» (самодостаточным) предметом. Напротив, весьма желательно предлагать адресату достаточно широкую парадигму, «захватывая» большие разделы смежных областей знания, по поводу которых у адресата могут быть более широкие представления (подробнее об этом см. гл. 4, § 3.3).

Кроме того, необходимым может оказаться интенсивнее, чем обычно, подключать к тексту метатекст, характеризующий особенности данной речевой ситуации и поведение в ней «предмета» (прагматические клише типа: *если взглянуть на N с другой стороны; попробуем определить N иначе; теперь давайте обобщим наши наблюдения, сделаем еще один шаг вперед* и т. п.).

Такие метатекстовые «подпоры» крайне необходимы коммуниканту, плохо ориентирующемуся в предметной области высказывания. А стало быть, умело, сочетая известное с неизвестным и осторожно продвигаясь вперед к все более сложным или все более существенным высказываниям, мы постоянно осуществляем работу по поддержанию контакта и, значит, успешно движемся к коммуникативной цели — хотя бы потому, что не теряем адресата по пути.

Обращаясь ко *второму частному постулату («Избегай неоднозначности»)*, заметим, что типичная ошибка плохих коммуникативных стратегий состоит в неопределенности позиций адресанта. Такая неопределенность особенно ярко проявляется в продуцировании высказываний, которые могут быть истолкованы, как минимум, двояко. Из речевых ситуаций подобного рода адресат (если контакт не утрачен ранее) выходит в полном недоумении по поводу того, было ли ему, на-

пример, в самом деле что-то обещано или нет, получил ли он какие-то гарантии или их не было, достигнуто ли согласие между ним и адресатом или все осталось по-прежнему и так далее.

Разумеется, состояние растерянности адресата может быть «заранее спланировано» коварным адресантом, отнюдь не желающим отвечать за свои слова в дальнейшем (*феномен предосудительной коммуникативной цели*). Однако, если сознательно задачу такую адресант перед собой не ставил (т. е. руководствовался в ходе речевого общения вполне достойной коммуникативной целью), подобное ощущение адресата есть результат возможности трактовать высказывания адресанта многозначно. Иными словами, коммуникативная цель, несмотря на свою «прагматическую доброкачественность», может оказаться и недостигнутой.

Строя коммуникативные стратегии, коммуниканты **не** должны упускать из виду, что вещи, очевидные для них, вовсе не обязаны быть столь же очевидными для партнера. Поэтому важный механизм любой хорошей коммуникативной стратегии в этом смысле есть механизм создания полезной избыточности.

**Полезная избыточность** как наличие в высказывании не *необходимой дополнительной информации «на всякий случай»* (см. в этой главе § 3.1) обеспечивает сохранность информации по ходу взаимодействия коммуникантов. Характерным признаком, по которому можно судить о том, что соответствующий механизм действует, а не отключен, являются *повторы разных типов — рефрены и рефренообразные единицы высказывания*.

Это может быть *прямой повтор* — полное и точное воспроизведение принципиально важного фрагмента текста (дефиниции, формулировки, тезиса) или *парафраз* на ту же тему, *повтор с комментариями* или отсыл-

ка к более ранним фрагментам текста, *однократный* или *периодический повтор* и т. д. Явление это называется **кросс-референция** и будет подробно охарактеризовано в четвертой главе (см. гл. 4, § 4).

На самом деле фактически любой коммуникативный акт (в силу чисто инерционных законов!) бесконечное количество раз воспроизводит те же самые или сильно напоминающие друг друга структуры, так что в задачи коммуникантов — как еще один важный элемент коммуникативной стратегии — входит *регистрация* и *регулирование повторов*, а не просто неосознанное подчинение им.

Может возникнуть вопрос, каким образом рефрены и рефренообразные единицы высказывания соотнесены с проблемой однозначности. Сколь бы неочевидной ни казалась связь между ними, связь эта тем не менее существует. Если именно повтор создает полезную избыточность текста, то можно предполагать, что, будучи (посредством повторов) представленными в разных ракурсах и охарактеризованными с разных сторон, необходимые нам понятия, задействованные в акте коммуникации, действительно уточнятся настолько, что возможность многозначного их толкования окажется в конце концов практически исключенной. Все дело здесь в отмеченной уже закономерности, в соответствии с которой обилие подробностей (признаков) предмета не расширяет соответствующего понятия, а, наоборот, сужает его.

Представим себе, что нам необходимо описать некий вполне конкретный предмет, например дом. Понятно, что для его описания нам потребуется некоторый набор признаков: сначала общих, относящихся ко всем домам, потом все более и более частных — от характеризующих все дома данного типа или данной местности до характеризующих данный, конкретный, дом. Чем больше признаков мы сможем назвать, тем выше вероятность того, что некий человек будет способен опознать описанный нами дом в реальности.

Из того, что конкретных предметов в мире гораздо больше, чем общих и даже частных признаков, вместе взятых (ведь число комбинаций, как известно, всегда больше числа компонентов, из которых они строятся), следует, что, увеличивая количество перечисляемых признаков, мы тем самым все точнее и точнее характеризуем искомый предмет.

Вот почему проблема многозначности есть проблема недостаточного количества названных признаков, т. е. количество признаков можно считать обратно пропорциональным многозначности. Таким образом, **однозначность понятия предусматривает, что мы «прокатили» соответствующий предмет по множеству самых разнообразных контекстов, увеличив, таким образом, количество признаков до максимума.**

Тем не менее, однозначность трудно обеспечить *одними только* повторами. Однозначность достигается точным **референцированием** (соотнесением слова с определенным предметом, корректностью дефиниций, уместностью употребления понятия, т. е. употреблением понятия в «своем» контексте, и т. д.), но эти и другие вопросы нам еще предстоит обсудить в двух следующих главах.

Здесь же заметим только еще, что большую помощь адресату в прочтении нашего высказывания как однозначного окажет грамотное построение метатекста — презентации нашей коммуникативной стратегии. Если корректный метатекст не построен, рассчитывать на то, что адресат построит его сам, не вполне практично. Скорее всего, в ходе этого действия он не сможет сохранить контакт.

*Третий частный постулат: «Будь краток»* (избегай *ненужного* многословия), на первый взгляд, находится в противоречии с тем, что только что было сказано. Однако обратим внимание на уточняющие скобки, в которых особое значение придается слову «ненужное». Ибо само собой разумеется, что *полезная из-*

*быточность текста*, с одной стороны, и *ненужное многословие*, с другой,— это отнюдь не одно и то же. Впрочем, и к многословию как таковому в лингвистической прагматике отношение отнюдь не однозначное. Многословие считается здесь грехом, но не преступлением. Г. П. Грайс и сам высказывается в том смысле, что многословный человек подвергается меньшему осуждению, чем, например, человек, который нарушает постулат искренности.

Все дело в том, что многословие само по себе только в очень крайнем своем проявлении способно действительно разрушить контакт. Разумеется, оно часто делает контакт нестабильным, но стать единственной причиной краха коммуникативной стратегии, видимо, может лишь в какой-нибудь экстремальной речевой ситуации (например, если человек при необходимости спасать утопающего пускается в рассуждения о правилах безопасности на воде).

Включение многословия в состав постулатов, характеризующих коммуникативный кодекс, объясняется, видимо, тем, что многословный человек фактически утрачивает возможность контролировать направление коммуникативного акта. Это происходит не потому, что он «занят говорением», но прежде всего потому, что, сам того не желая (помимо случаев «сознательного многословия» как попытки увести от темы, т. е. фактически нарушить условие искренности — при предосудительных коммуникативных стратегиях), провоцирует даже очень терпеливого собеседника к утрате необходимой сосредоточенности внимания и, как следствие, к возможному появлению у партнера случайной коммуникативной цели.

В данном случае имеет смысл, может быть, ввести такую категорию, как *концентрированный* и *неконцентрированный* текст. **Концентрированный текст** — это текст, являющийся результатом коммуникативной стра-



тегии, которая подчинена акцентированию основной линии коммуникации. **Неконцентрированный текст** есть текст, «растворяющий» основную линию коммуникации в массе мелких побочных линий.

Чем более разговорчив собеседник, тем, естественно, труднее рассчитывать на продуцирование им концентрированного текста. В тех же случаях, когда текст не концентрирован, соблазн принять одну из побочных линий за основную (или, может быть, просто за более интересную!) бывает иногда довольно большим. Если это произошло, «движение» коммуникантов в рамках ситуации речевого взаимодействия становится, пусть и на время, разнонаправленным, т. е. до тех пор, пока слушатель не «опоминается» и не возвращается к основной линии коммуникации (кстати, может быть, пропустив уже нечто существенное).

Когда слушатель активен, опасность «запутаться» в линиях еще более велика: начиная развивать одну из увлекших его побочных линий, он тем самым провоцирует ситуацию, при которой адресант и вовсе утрачивает коммуникативную цель. Ведь в таком случае адресант вынужден следовать в предлагаемом ему направлении до тех пор, пока активный слушатель не утомится или не зайдет в тупик.

Ничего удивительного, что подобные схемы взаимодействия способны постепенно настолько расшатать коммуникативный акт, что достаточно малейшего сбоя в коммуникативной стратегии хотя бы одного из собеседников — и здание речевой ситуации рушится уже окончательно.

Таким образом, многословие, само по себе редко способное «развалить» общение, довольно часто, однако, выступает причиной разнообразных сбоев коммуникативной стратегии, т. е. нарушений других максим коммуникативного кодекса: чаще всего многословие провоцирует неправильную дозировку информации (нарушение максимы 1) и нерелевантность информации (нарушение максимы 3). Отсюда и возможно ждать

опасности тому, кто строит свою коммуникативную стратегию в расчете на многословного собеседника, или тому, кто сам является таковым.

Последний, *четвертый постулат* («**Будь организован**»), характеризующий максимум манеры, предполагает разговор о *композиционных аспектах коммуникации, т. е. об организации высказываний в единое целое*. Вопрос этот довольно широкий, и мы ограничимся лишь некоторыми соображениями, имеющими непосредственное отношение к сохранению контакта.

Предмет речевого взаимодействия «развертывается» в ходе коммуникативного акта постепенно. Методик его развертывания существует достаточно много, но любая из них предполагает некоторую последовательность этапов, на каждом из которых предмет бывает представлен в разном объеме. Варьирование объема сведений по поводу того или иного предмета и есть в этом смысле коммуникативный акт как таковой.

Адресант, естественно, имеет (или должен иметь) представление о том, каков тот окончательный объем сведений о предмете, который он намерен «передать» адресату (о транспорте референта см. гл. 4). Величину этого объема он, разумеется, определяет сам. Коммуникативный акт на момент завершения практически никогда не «исчерпывает» предмет разговора. В подавляющем большинстве обычных случаев коммуникативные акты оставляют собеседникам некие открытые вопросы как бы для «самостоятельного размышления».

В этой связи следует, наверное, заметить, что коммуникативные стратегии, направленные на то, чтобы «исчерпать предмет» в ходе разговора, квалифицируются как стратегии утопические. Подобные следствия (*разговор окончен — предмет исчерпан*) возможны только в случае с речевыми ситуациями, в которых адресатом является интерфейс, т. е. существо неодушевленное, не способное к критической переработке информации. Но даже эти речевые ситу-

ации, в сущности, не исчерпывают, а лишь ограничивают предмет.

Фактически такой образец взаимодействия и можно считать прагматически корректным: в этом смысле реальной стратегической задачей коммуникантов также оказывается ограничение предмета — правда, не до состояния неподвижной рамки, как в случае с интерфейсом, но до некоего приблизительного, «употребительного» применительно к данной речевой ситуации, объема.

Скажем, *обсудить проблемы философии* (равно как и изобрести вечный двигатель!) не есть реальная стратегическая задача, и если я все-таки приглашен к такому обсуждению, то для меня вполне естественным будет поинтересоваться, какие конкретно проблемы имеются в виду, о какой именно философии идет речь и чего, собственно, от меня ожидается в речевой ситуации подобного рода. К счастью, в нормальных случаях коммуниканты не ставят друг перед другом подобных задач.

В принципе предмет разговора уже изначально (иногда даже до момента обращения к речевой ситуации) ограничен — возможностями коммуникантов, лимитом времени, состоянием науки и т. д. Вопрос только в том, как грамотно распределить этот имеющийся объем в пределах данного коммуникативного акта. Видимо, хорошей коммуникативной стратегией является такая, которая более или менее пропорционально распределяет предмет в «пространстве разговора».

Что понимать под **пропорциональностью распределения** (обратим внимание на то, что категория эта берется в рабочем порядке, т. е. не строго терминологически) ? Пропорциональность распределения предмета в пределах коммуникативного акта будет означать, что:

- предмет не «забывается» надолго, между тем как коммуниканты обсуждают проблемы, к собственно предмету отношения не имеющие;
- предмет не характеризуется односторонне, между тем как другие его стороны вообще остаются вне поля зрения;

- предмет не берется изолированно, вне его связи с другими предметами данной предметной группы и с предметами, входящими в другие (смежные) предметные группы;
- преимущественного права на «владение предметом» в ходе коммуникативного акта не имеет ни одна из сторон;
- предметом не оперируют, искажая его внутреннюю структуру или деформируя его;
- в ходе разговора не происходит подмены предмета другим предметом, даже и подобным ему.

Вполне вероятно, что существуют и другие правила распределения предмета в коммуникативной ситуации, но, выполняя хотя бы только эти, мы уже делаем весьма серьезную заявку на то, что «донесем» интересующий нас предмет до конца коммуникативного акта. Подробный анализ каждого из этих правил предложен в гл. 4, § 3.1—3.6 при обсуждении проблем *транспорта референта*.

В связи с максимами Грайса осталось, пожалуй, только заметить, что существуют, разумеется, и коммуникативные стратегии, предполагающие несоблюдение постулатов коммуникативного кодекса. Несоблюдение постулатов, как справедливо полагает Грайс, может быть не только дефектом коммуникативной стратегии, но и специальным сигналом, посылаемым одним коммуникантом другому:

*«Участник речевого общения может обойти тот или иной постулат разными способами; среди этих способов назовем следующие:*

*Он может с невозмутимым видом, недемонстративно не соблюдать постулат; при этом он скорее всего введет собеседника в заблуждение.*

*Он может уклониться от соблюдения как конкретного постулата, так и вообще Принципа Кооперации: сказать или дать понять, что он не склонен сотрудни-*

чать так, как того требует данный постулат. Например, он может сказать: «Больше я ничего не могу сказать; мой рот на замке».

Он может попасть в ситуацию конфликта — например, оказаться не в состоянии выполнить первый постулат количества («Будь достаточно информативен»), не нарушая второго постулата («Твои слова должны иметь достаточное обоснование»).

Он может нарушить постулат, то есть откровенно отказаться от его соблюдения. Предположив, что говорящий: а) способен следовать постулату без нарушения другого постулата (то есть конфликта нет); б) не уклоняется; в) в силу откровенности своих действий не пытается ввести в заблуждение, слушающий сталкивается со следующей проблемой: как можно согласовать слова и действия говорящего с допущением о том, что он соблюдает глобальный Принцип Кооперации?»  
(Г. П. Грайс)

Случай 4 как раз и предполагает, что слова и действия говорящего ориентированы на то, чтобы сообщить некоторые сведения не прямо, а опосредованно, т. е. с помощью нарочитого нарушения постулата — в соответствии с моделью: *если я нарушаю постулат, слушатель поймет почему*. Более подробно о таких тактиках (они называются косвенными речевыми тактиками) речь пойдет в гл. 5.

#### **§ 4. Принцип вежливости в коммуникативном кодексе**

Как и принцип кооперации, неотъемлемой частью коммуникативного кодекса является **принцип вежливости**, тоже стоящий на страже контакта. Теоретически вполне допустимо исходить из того, что при игнорировании требований этого принципа собеседниками контакт неизбежно срывается: подрывная сила «коммуникативной стратегии грубости» очень велика.

Этикет, как уже приходилось отмечать, принадлежит к наиболее конвенционализированным областям речевой практики. Здесь, как нигде, необходимо знание правил, в том числе и правил *речевого* поведения, пригодных в той или иной ситуации. Некоторые из этих правил (может быть, даже большинство из них) входят в состав соответствующих фреймов — пожалуй, только фреймы типа *скандал, семейная сцена, выяснение отношений* и т. п. несколько «выпадают из обоймы», хотя не будет ошибкой сказать, что и эти фреймы определенным образом «этически» конвенционализированы и что устроить *хороший скандал* есть тоже вид речевого искусства, небезотносительный к этикету,— по крайней мере, с точки зрения демонстративного отрицания его правил.

Очевидно, что если принцип кооперации апеллирует в основном к построению *текста*, то принцип вежливости, напротив, отвечает прежде всего за *метатекстовую* область. Впрочем, такое «распределение ролей» чисто условно и особенно настаивать на нем не представляется необходимым. Однако в общем смысле можно определить принцип кооперации как принцип совместного оперирования информацией или как принцип циркуляции сведений в составе коммуникативного акта, а принцип вежливости — как принцип взаиморасположения коммуникантов опять же в составе коммуникативного акта.

И тот и другой принцип характеризуют состояние контакта, но принцип кооперации развернут скорее в сторону энциклопедических картин мира, тогда как принцип вежливости — в сторону представлений о фреймах.

Дж. Лич, сформулировавший **принцип вежливости** как совокупность ряда максим, предусмотрел следующие из них:

- *максима такта;*
- *максима великодушия;*
- *максима одобрения;*

- *максима скромности;*
- *максима согласия;*
- *максима симпатии.*

Эти конкретные максимы удобны тем, что переводят разговор о речевом этикете из обычной для него, к сожалению, области абстрактных рассуждений в область практических рекомендаций. Рекомендации гарантируют *«порядок» в межличностных отношениях коммуникантов* на протяжении речевого взаимодействия. Можно даже утверждать, что без следования принципу вежливости разговор о принципах кооперации преждевременен. Соблюдение принципа вежливости как бы создает «среду позитивного взаимодействия», обеспечивая благоприятный фон для реализации коммуникативных стратегий.

Если обсуждать *применительно к принципу вежливости в целом* предпочтительный тип коммуникативных стратегий, то следует заметить, что именно в этой области огромную роль играют всякого рода не прямые формулировки. Конвенциализированность этикета привела к тому, что фактически каждое коммуникативное задание (будь то достойное или предосудительное задание) лучше всего решать не напрямую, но используя **«приемы подразумевания»**. Приемы подразумевания создают так называемую косвенную речевую тактику. Обсудим здесь ее назначение, перенеся разговор о ее языковых особенностях в главу «Код» (см. § 6). К косвенной речевой тактике прибегают, например, в следующих случаях:

*Случай первый. Модель: «Не могли бы Вы проводить меня?»*

Задающего такой вопрос, в сущности, не интересует, в состоянии ли я физически осуществить предлагаемое действие. Коммуникативной целью спрашивающего является просьба об определенном виде помощи,

которую я могу оказать,— эта помощь и подразумевается (или, на языке лингвистической прагматики, *имплицуруется*) спрашивающим. Спрашивающий — вместо прямой речевой тактики (ср.: «Проводите меня») — выбирает одну из этикетных моделей речевого поведения, обозначая в качестве коммуникативной цели не свой подлинный интерес (иметь спутника), но интерес к тому, насколько для меня соответствующее действие возможно.

В науке эта речевая ситуация описывается как ситуация со *смягченным коммуникативным намерением*. Предпочтение же косвенной речевой тактике отдается в силу того, что коммуникант избегает прямо обозначать свою просьбу, ибо не хочет затруднять собеседника (в силу одного из обсуждаемых ниже постулатов вежливости).

Случай *второй*. Модель: «Говорят, N — человек отзывчивый».

Предлагая собеседнику такое высказывание, я тоже прибегаю к косвенной речевой тактике, но уже по другой причине. Моя прямая коммуникативная цель состоит, видимо, в том, чтобы дать рекомендацию обратиться к N. Однако я рекомендации такой не даю, фактически подменяя мою прямую коммуникативную цель косвенной (характеристикой И). Причина в том, что я, видимо, не хотел бы в дальнейшем нести ответственности за мою рекомендацию, например, в случае, если N окажется не тем человеком, к которому следовало бы направлять собеседника. Я ведь собеседника, собственно говоря, к N и не направлял — просто сослался на распространенное мнение об N. Такая косвенная тактика вполне могла бы заслуживать название *тактики Пилата*. Она оказывается задействованной тогда, когда собственная репутация оказывается для коммуниканта предметом первоочередной заботы.



*Случай третий. Модель: «N считает Вас бесчестным».*

Заявление такое тоже делается с намерением обозначить свою прямую коммуникативную цель косвенным образом. Прямая коммуникативная цель в данном случае предосудительна: злословие насчет N. Естественно, что вместо того, чтобы напрямую указать на свою предосудительную коммуникативную цель, адресат выбирает косвенную речевую тактику — создание конфликта между адресатом и N. Понятно, что соответствующее высказывание нормальным образом подразумевает (имплицитует) содержание: «N плохо относится к Вам, в то время как я — Ваш друг». Обычно адресант добивается своего — исключение в этом смысле представляют лишь адресаты, не восприимчивые к сплетням.

Само собой разумеется, что три разобранных случая этически отнюдь не равнозначны. Но обсуждены они для того, чтобы показать, насколько широкое распространение в «словаре вежливости» и речевом обиходе в целом имеют не прямые формулировки. Рассматриваемые ниже максимы Дж. Лича во многом предполагают именно косвенные речевые тактики.

#### **§ 4.1. Максима такта**

Максима такта есть *максима границ личной сферы*.

Понятие «границы личной сферы» предполагает различение двух областей в составе каждого коммуникативного акта: *области общих речевых действий* и *области частных интересов*.

В принципе довольно трудно представить себе коммуникативный акт, участники которого не имели бы личной заинтересованности во взаимодействии: такой коммуникативный акт, видимо, просто не мог бы состояться. Более того, справедливо утверждение, согласно которому контакт вообще есть лишь производная от

личной заинтересованности коммуникантов. Область общих речевых действий сама по себе не способна обеспечить устойчивого контакта, ибо она, как правило, нейтральна по отношению к коммуникантам.

Находясь в области общих речевых действий, коммуниканты как бы имеют некий постоянно защищаемый ими тыл: это и есть область личных интересов. Личный интерес может быть презентирован коммуникантами или скрыт ими друг от друга — в зависимости от особенности избранной ими коммуникативной стратегии.

Так, я могу, например, объявить о том, что намерен попросить собеседника о некоем одолжении, с одной стороны; или скрыть свое намерение и строить взаимодействие с расчетом на то, чтобы он, узнав о моем бедственном положении, сам предложил мне помощь, с другой стороны. Я даже могу избрать еще более «коварную» стратегию: *замаскировать* мою просьбу о помощи предупреждением, что как раз от собеседника-то я никакой помощи и не приму, так как ожидаю ее от кого-нибудь другого.

Право на решение вопроса о том, насколько явно будет обозначено мое намерение, принадлежит исключительно мне — стало быть, я и задаю степень «открытости» («закрытости») высказываний. Задача моего партнера — идентифицировать мою коммуникативную стратегию и строить свои речевые действия подобным же образом, т. е. в той же степени открыто или закрыто.

Понятно, что при «закрытости» моих высказываний собеседник не должен огорошивать меня открытиями типа: *я понял, тебе просто нужна моя помощь, так бы сразу и сказал* и проч., даже если я, в случае выбора «закрытой» коммуникативной стратегии, сам помогу собеседнику разгадать ее, например, случайно «проболтавшись» и т. п.

Иными словами, партнер обязан проявить некоторую осторожность по отношению к моей коммуникативной стратегии (максима такта вообще есть в некотором смысле максима осторожности **в обращении с**

коммуникативной стратегией собеседника!). Нарушение же предлагаемой мною «дистанции взаимодействия» будет естественным образом рассматриваться с моей стороны как погрешение своей коммуникативной стратегии. И правы те исследователи, которые утверждают, что **фактор дистанции** (к сожалению, очень мало освещенный в соответствующей литературе) применительно к речевой коммуникации часто может становиться даже определяющим.

Дистанция между партнерами определяется не только социальными конвенциями (*начальник — подчиненный* и др., подр. см. гл. 1) и релевантна не только для случаев субординированных отношений между коммуникантами. В идеале любой коммуникативный акт предусматривает определенную дистанцию между участниками: дистанция эта оказывается то более, то менее значительной, но ее не может не быть вовсе. «Совершенно откровенный» разговор, то есть при полностью открытых коммуникативных стратегиях, есть некая фикция; и отнюдь не потому, что собеседникам «всегда есть что скрывать», а прежде всего и именно в силу соблюдаемой на подсознательном уровне максимы такта, фактически запрещающей прогулки по чужой территории.

**Охрана территории есть одна из задач любой коммуникативной стратегии.**

Другое дело, что задача эта, мягко говоря, не часто оказывается главной (хотя в ряде случаев значение ее может сильно возрасти: например, я строю коммуникативный акт, ориентированный на то, чтобы успокоить адресата, полностью подавляя собственное беспокойство по тому же самому поводу (модель: *не волнуйся, посмотри, как я спокоен*). Или другой пример: моей коммуникативной целью является не подать виду, что я осведомлен о предосудительной коммуникативной стратегии моего партнера — здесь задача по охране территории просто-напросто расширяется до коммуникативной цели.

Становясь или не становясь главной, эта задача учитывается практически всегда. Поэтому, когда мой собеседник пытается разведать, «как обстоят дела на моей территории», проявляет излишнюю осведомленность в этом вопросе или, что хуже всего, пробует навести на моей территории порядок, я (иногда даже без предупреждения) автоматически прерываю речевой контакт, чем бы собеседник в своей стратегии ни руководствовался, хоть, скажем, и благородным желанием оказать мне помощь.

Осторожность (такт) как механизм речевого поведения, разумеется, предусматривает не только «разумный эгоизм» в собственный адрес. Едва ли не в первую очередь она ориентирована на адресанта, который, подобно адресату, тоже охраняет свою территорию, причем не менее бдительно.

Интересно, что в науке то и дело встречается точка зрения, согласно которой сам по себе речевой акт по отношению к кому бы то ни было есть в известной степени «акт насилия»,— и, может быть, армейское «разрешите обратиться» отнюдь не в такой высокой степени достойно осмеяния как показатель жесткой субординации.

*Полагать, что собеседник всегда расположен вступить в речевой контакт, есть одно из самых прагматически несостоятельных заблуждений.* Предлагая контакт, мы уже тем самым нарушаем границы личной сферы, а потому согласие адресата на участие в инициируемом нами коммуникативном акте есть само по себе одолжение — и относиться к согласию как-нибудь по-другому значит совершать непростительную ошибку. Коммуникативная стратегия, предусматривающая предложение контакта как некоего дара, в нормальных случаях почти не имеет шансов реализоваться успешно. Вот почему забота о соблюдении интересов собеседника уже изначально не менее важна, чем забота об удовлетворении собственных интересов.

Таким образом, уже на примере максимы такта хорошо видно, что применительно к принципу вежливости вопрос об «ощущении собеседника» стоит, не менее остро, чем применительно к принципу кооперации. Этаблируя контакт или будучи приглашенным, к этаблированию контакта, собеседники почти всегда способны если не «просчитать» границы области частного интереса партнера, то, во всяком случае, ощутить их. Увидеть же область частного интереса означает фактически «разгадать» коммуникативный акт, уяснив для себя коммуникативную цель собеседника.

В этой связи довольно остро встает вопрос о том, стоит или не стоит демонстрировать собеседнику, что его коммуникативная цель понятна. Разумеется, речь идет отнюдь не о предосудительных коммуникативных стратегиях, применительно к которым разгадка коммуникативной цели чаще всего означает прерывание контакта,— речь идет о вполне обычных (так сказать, этически более или менее состоятельных) речевых ситуациях.

Хорошее **общее правило**, знание которого гарантирует ненарушение границ личной сферы собеседника, можно в этой связи сформулировать следующим образом: *делать коммуникативную цель собеседника предметом обсуждения допустимо лишь в том случае, если цель эта им эксплицитно обозначена*. Например, я — разумеется, при отрицательном ответе на соответствующий вопрос — имею право сказать: «К сожалению, тут ты не можешь рассчитывать на мою помощь» только тогда, когда мой партнер действительно недвусмысленно дал мне понять, что его коммуникативная цель — попросить меня о помощи.

Если я *только догадываюсь* об этой коммуникативной цели, формулировать отказ весьма нестратегично: собеседник, которого застали врасплох, может возразить, что в его намерения вовсе не входило просить меня о какой-либо помощи, даже если на самом деле для этого он и затевал разговор.

Понятно, что в состав личной сферы входит также незатрагивание тем, потенциально опасных. А потенциально опасными являются, как известно, темы, касающиеся области частной жизни собеседника, а в ряде случаев — его индивидуальные предпочтения, каких бы вопросов они ни касались. Вообще хорошим тоном не считается проявлять чрезмерную осведомленность в данной области, даже тогда, когда собеседник, казалось бы, не делает из этого тайны. Контакт — «дело тонкое» и может в подобном случае сорваться спонтанно.

#### § 4.2. Максима великодушия

Максима великодушия есть *максима необременения собеседника*.

Фактически она предохраняет собеседников от доминирования в ходе коммуникативного акта. Коммуникативный акт, кто бы его ни инициировал и ни был за него ответственным, принадлежит обоим взаимодействующим сторонам и строится в соответствии с демократическим принципом равномерного распределения речевой инициативы. Любое речевое взаимодействие есть обмен коммуникативными стратегиями, *обмен* же есть процедура добровольная. Поэтому навязывание партнеру собственной коммуникативной стратегии, какой бы хорошей тебе самому она ни казалась, следовало бы внести в список запрещенных форм речевого поведения.

Коммуникантам, вступающим в речевое взаимодействие, нелишне помнить, что «идеальное пространство коммуникативного акта» есть такое пространство, в котором возможно бесконфликтное существование двух и более коммуникативных стратегий. Поэтому ровно в той же самой степени, в которой важно реализовать одну коммуникативную стратегию, важно реализовать и остальные. Принцип «**живи и давай жить другим**» как нельзя лучше подходит для описания полноценной речевой ситуации.

Ясно, что принцип такой заставляет собеседников идти на определенные жертвы по отношению друг к другу. Эти жертвы носят этикетный характер и могут быть сформулированы как речевая модель: *я всецело в Вашем распоряжении*. Однако такая речевая модель, вне всякого сомнения, есть лишь гротескная модель и в реальных ситуациях взаимодействия почти всегда оказывается, что реально следовать ей нет никакой возможности. Ибо реальное следование ей фактически означало бы эксплуатацию собеседниками друг друга, в то время как очевидно, что если квалифицировать коммуникацию в качестве вида игры, то принцип вежливости имеет более игровую природу, чем принцип кооперации. И если собеседник утверждает, что готов есть землю, лишь бы ему поверили, надеяться на подобную трапезу все же особенно не стоит.

*Что означает максима великодушия практически?*

Скажем, предложение в хорошем коммуникативном акте всегда сформулировано таким образом, чтобы его можно было отклонить (ср.: вместо «Жду Вас сегодня в шесть ноль-ноль у себя»,— «Вы не заглянете ко мне часиков в шесть?»). Это может быть форма просьбы, чтобы удобнее было отказать (вместо «Умоляю Вас: помогите мне — иначе я умру»,— «Я, конечно, легко бы справился и сам, но как насчет того, чтобы вместе сделать это?»).

Воспитанный собеседник не свяжет партнера обещанием или клятвой (вместо «Поклянитесь матерью, что не забудете купить сигарет по дороге»,— «Вы не захватите сигареты, если будете проезжать мимо какого-нибудь киоска?»); не станет брать с него обязательств (вместо «Дайте слово, что не обидитесь»,— «Я прошу Вас не принимать этого близко к сердцу») или ставить ему условий (вместо «Если Вы поддержите меня на собрании...»,— «Надеюсь, что на собрании мне удастся управлять ситуацией самому, но в случае чего...»). Иными словами, хороший коммуникативный акт не дискомфортен по отношению ни к одному из собеседников.

Однако, с другой стороны, коммуникантов следует предостеречь и против «слишком комфортных коммуникативных актов», поскольку как в дискомфортной, так и в чрезмерно комфортной ситуации собеседники чувствуют себя не в своей тарелке (подобно тому, как не очень удобно следовать классическому стилю одежды в течение всего дня, но не менее неудобно в течение всего дня репрезентировать и спортивный стиль. Поэтому «люди со вкусом» находят, как правило, некий промежуточный вариант, который мог бы быть пригодным для максимально широкого круга ситуаций. (Ср. типичный в Дании неосторожно-иронический вопрос к человеку, который с утра при полном параде: «Простите, у Вас кто-нибудь умер?»).

В соответствии с принципом вежливости высоко ценится умение таким образом вести беседу, чтобы, с одной стороны, избежать дискомфорта, с другой стороны — не доводить ощущение комфорта до абсурда.

Иными словами, собеседнику не следует быть обезоруживающе любезным: если он и приносит себя в жертву, то формы демонстративного речевого поведения исключены. Так, согласие оказать помощь не может быть сформулировано следующим образом: «Это разрушает все мои планы, но я, разумеется, не могу отказать Вам», утешение не предлагают в соответствии с моделью: «Не переживайте — мне еще хуже, чем Вам!», солидарность не проявляют так: «По-моему, Вы совершенно не правы, но, поскольку Вы мой друг, мне ничего не остается, как согласиться с Вами» и т. д.

Неприемлемость подобных форм речевого поведения, в сущности очевидная, объясняется тем, что этикет запрещает ставить собеседника в неловкое положение, когда ему приходится выбирать нужную партнеру реакцию (например, сомнительное предложение предполагает напряженный поиск решения, в силу чего сомнительное предложение и считается некорректным). Исследователи этикета едины в своем мнении о том, что ситуацию речевого взаимодействия



нельзя превращать в экзамен, ибо приемлемый коммуникативный акт имеет достаточно свободную и достаточно открытую структуру — во всяком случае, настолько свободную и открытую, чтобы собеседники не чувствовали себя связанными по рукам и ногам ничем, даже избыточной любезностью друг друга.

В этом случае хорошими формами «демонстрации» любезности и являются формы косвенной речевой тактики.

### § 4.3. Максима одобрения

**Максима одобрения** есть *максима позитивности в оценке других*.

Разумеется, и речи не может быть о том, чтобы давать отрицательные оценки коммуникативным действиям собеседника: принцип вежливости вообще (а также принцип кооперации, см. выше) запрещает собеседникам «переходить на личности», во всяком случае напрямую негативно характеризовать особенности речевого поведения партнера (в другой связи об этом уже говорилось выше).

Максима одобрения предполагает, что **позитивность как принцип оценки должен, скорее, лежать в основе мировосприятия говорящего**. Конечно, это не означает, что коммуникантам следует награждать комплиментами всех и каждого и ни в коем случае не позволять себе какой-либо критики. Такой подход к максиме одобрения был бы слишком радикальным.

Справедливо считается, что успешность коммуникативного акта во многом зависит от атмосферы, в которой он развертывается. Атмосфера же эта определяется не только позициями собеседников по отношению друг к другу, но и позицией каждого из них по отношению к миру, а также тем, совпадают ли эти позиции. Таким образом, речевая ситуация может осложняться тем, что «тонусы» собеседников будут сильно различаться, а это, в свою очередь, потре-

бует совершенно специальных тактик. Подобная ситуация хорошо охарактеризована в известном детском стихотворении:

*Шел унылый, уныло вздыхая, и уныло качал головой. А веселый, напевая, рядом шел по мостовой.*

Понятно, что хороших коммуникативных перспектив такой союз отнюдь не сулит. Видимо, речевое взаимодействие в подобном случае как раз и должно быть осложнено по линии интересующей нас максимы.

Несовпадения с собеседником в *направлении оценки* мира (позитивно или негативно) очень сильно влияет на возможность реализации собственной коммуникативной стратегии. Происходит это прежде всего потому, что слишком много времени (гораздо больше, чем предполагает речевая ситуация) уходит на построение метатекста, т. е. на всякого рода «выяснения отношений» с собеседником: возражения, аргументы и контраргументы, упорядочивание точек зрения и прочее. В результате коммуникативный акт вполне может состояться как обмен метатекстовой информацией, но от самого текста мало что останется.

При одинаковом направлении оценки мира, когда между собеседниками как бы состоялся молчаливый договор (главная тема которого *не судите, да не судимы будете*), времени на «уравновешивание друг друга» в составе речевой ситуации уже не тратится. В сущности, бессмысленные инвективы в адрес отсутствующих мнений просто не произносятся и партнеры по речевому акту, работая позитивными программами, гораздо быстрее достигают результата, причем результат чаще всего бывает успешным. Множество «мелких вещей» остается за пределами коммуникативного акта — собеседники их даже не касаются. Идет интенсивная

«наработка» непосредственно на *предмет взаимодействия*, на обмен собственными мнениями (при том, что мнения друг друга тоже подлежат позитивной оценке).

Надо сказать, что *сыграть* ситуацию взаимопонимания практически невозможно. И даже если собеседники настолько воспитанны, что не позволяют себе негативных характеристик в адрес речевых действий друг друга, но тем не менее отнюдь не имеют *позитивного настроения*, а напротив, находятся в состоянии внутреннего конфликта друг с другом,— говорить о контакте не приходится. «Сила противоречия» настолько действенна, что обсуждение предмета — независимо от коммуникативной цели — может происходить лишь на самом поверхностном уровне, поскольку отсутствие внутреннего контакта провоцирует стремление к завершению речевой ситуации также и внешне.

Итак, максима позитивного настроения «*Не осуждай других*» есть максима, обеспечивающая коммуникативному процессу благоприятные условия, то есть отвечающая за создание необременительного речевого фона. Однако рассматривать эту максиму как вспомогательную все же не стоило бы. Поскольку, кроме всего прочего, существует еще такое понятие, как речевая репутация.

**Речевая репутация** может быть одним из предварительных условий для большой группы коммуникативных актов, но в ряде случаев может складываться и непосредственно в ходе речевого взаимодействия. Очевидно одно — коммуниканты в процессе общения постоянно фиксируют особенности речевой манеры друг друга, как бы занося свои наблюдения либо в «список благодеяний», либо в «список злодеяний».

Подсознательное сопоставление этих списков (осуществляемое на фоне коммуникативного опыта каждого из коммуникантов) и формирует представление о речевой репутации партнера. Это представление складывается из наблюдений за речевыми действиями

партнера и во многом определяет «проведение в жизнь» собственной коммуникативной стратегии. Излишне говорить, что «плохая» речевая репутация разрушает контакт.

#### § 4.4. Максима скромности

Максима скромности есть *максима неприятия похвал в собственный адрес*.

Несмотря на конкретность этой формулировки, предложенной Дж. Личем, она обеспечивает доступ к гораздо более широкой сфере речевых явлений, чем это может показаться на первый взгляд.

Разумеется, принцип вежливости предполагает, что я не соглашусь с даваемой мне моим собеседником чрезмерно хорошей характеристикой и отклоню ее как не отвечающую действительности. Очевидно, что возражения с моей стороны должны, по крайней мере, выглядеть как искренние, т. е. иметь некоторую силу убедительности, чтобы ситуация не превратилась в фарс. Однако, вообще говоря, за механизмом этим фактически стоит то, насколько высоко я сам себя оцениваю.

**Вопрос о самооценках коммуникантов** уже затрагивался в главе, посвященной адресанту. Речь, в частности, шла о завышенных и заниженных самооценках. Само собой разумеется, что как сильно завышенная, так и сильно заниженная самооценка в условиях конкретного речевого взаимодействия способны отрицательно повлиять на контакт и в редких случаях даже повлечь за собой остановку коммуникативного акта — либо по причине несоблюдения максимы скромности (завышенная самооценка), либо по причине «комедии бездействия» (термин Дж. Лича). Имеется в виду, что один из партнеров бесконечное количество раз повторяет комплимент, в то время как второй партнер столько же раз его решительно отводит. Но следует заметить, что катастрофических последствий несоблюдение данной максимы все же довольно трудно ожидать.

Однако наиболее интересная прагматическая ситуация связана с конфликтом самооценок участников речевой коммуникации. Нормальные самооценки (или, осторожнее говоря, самооценки обычного типа), а также самооценки, не сильно отклоняющиеся от «этического стандарта», являются фактически одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта. Если же перед нами случай сильного нарушения «этического стандарта», коммуникативный акт начинает давать крен в область метатекста, т. е. последствия оказываются практически теми же, что и в случае с сильными расхождениями собеседников в *оценке мира* (см. анализ *максимы одобрения*). Оно и понятно: оценка мира, и оценка «себя в мире» есть, разумеется, стороны одной и той же медали.

Самооценка, безусловно, поддается коррекции, и, если речь не идет о вопиющих случаях ее искажения (модель: *я всегда прав*), такая коррекция может быть осуществлена при помощи партнера по коммуникативному акту и непосредственно в ходе речевого взаимодействия — конечно, при соблюдении прочих максим вежливости (прежде всего максимы великодушия и максимы симпатии).

Понятно, что коррекция самооценки собеседника — дополнительная задача в составе коммуникативной стратегии его партнера и что задача такая отнюдь не облегчает коммуникативный акт. К тому же, если собеседник действительно берет на себя эту задачу, необходим весьма высокий уровень речевого мастерства, чтобы решение ее не увело его далеко в сторону от коммуникативной цели. Впрочем, минимальные навыки «речевой терапии» у коммуникантов, как правило, имеются, так что сохранить контакт при желании практически всегда удастся.

#### **§ 4.5. Максима согласия**

**Максима согласия** есть *максима неоппозиционности*. Фактически она представляет собой прямую противоположность бытующему стереотипному утвержде-

нию, согласно которому «в споре рождается истина». Полная — современная — версия этого утверждения звучит в высшей степени прагматично: **«В споре рождается истина, но гибнет симпатия»**. Союзом «но» в данном случае разделены, в сущности, говоря, одинаково ценные коммуникативные стратегии: *текстовая* и *метатекстовая*. При том, что в ходе речевого взаимодействия обе стратегии существуют как одна, ведущая к единой коммуникативной цели, афоризм, тем не менее, вполне удачно описывает противоречие в структуре коммуникативного акта.

Максима согласия позволяет, с другой стороны, ревизовать еще один почтенный стереотип, известный со времен античности. Имеется в виду **«Платон мне друг, но истина дороже»**. Стереотип этот фиксирует то же самое противоречие в структуре коммуникативного акта, причем в той же степени категорично.

Однако с точки зрения современной науки сомнительно, что имеет смысл противопоставлять друг другу стороны одного и того же коммуникативного процесса. Максима неопозиционности как раз и предполагает если не устранение, то, по крайней мере, *приглушение* данного противоречия. Ее формулировка **«Не возражай!»**, которая в общефилософском смысле может быть поддержана «Евангелием от Фомы» — «Будьте людьми, идущими мимо» предполагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи, а именно — сохранения предмета взаимодействия.

Фактически любая достаточно серьезная конфликтная ситуация, возникшая по ходу взаимодействия, делает коммуникативный акт безнадежным. Между тем трудно сказать, что коммуниканты хотя бы в каких-то случаях стремились именно к этому. Напротив, всякая разумная коммуникативная стратегия предполагает доведение коммуникативного акта до некоторого продуктивного результата.

Однако, поскольку представления о «продуктивном результате» у собеседников могут довольно существенно расходиться и поскольку, тем не менее, срыв коммуникативного акта со всей определенностью *вообще* не является никаким продуктивным результатом, то единственно трезвой коммуникативной стратегией для речевых ситуаций подобного рода является «снятие конфликта» путем взаимной коррекции коммуникативных тактик собеседников.

Здесь-то как раз и вступает в силу максима согласия, или неопозиционности. Вместо того, чтобы углублять противоречие (как это, к сожалению, принято в среде непрагматично настроенных коммуникантов), есть возможность «работать» над противоречием — путем взаимных уступок — до тех пор, пока противоречие не элиминируется. При готовности коммуникантов соблюдать принцип кооперации и хотя бы некоторые максимы принципа вежливости партнеры по речевому взаимодействию, как правило, могут достигнуть некоего разумного согласия практически в любой речевой ситуации.

Например, если я считаю, что некоторое неудовлетворительное положение вещей требует моего вмешательства, в то время как мой собеседник придерживается прямо противоположного мнения, мы можем согласовать наши коммуникативные стратегии в следующем направлении: *требует ли данная ситуация вообще какого-либо вмешательства извне?*

*Вариант 1:*

Мы едины в том, что ситуация требует вмешательства извне.

Я отвожу свою кандидатуру как кандидатуру потенциального участника.

Мы обсуждаем более пригодную кандидатуру, способную действительно результативно вмешаться в ситуацию, и находим такую кандидатуру.

*(Результат: я отказываюсь от моего коммуникативного намерения, спасая коммуникативную цель.)*

### *Вариант 2:*

Наши мнения о необходимости вмешательства в ситуацию извне разошлись.

Я предлагаю мою кандидатуру и кандидатуру моего собеседника как «сторонних наблюдателей», не вмешивающихся в ситуацию, но находящихся в ней.

Мы даем возможность ситуации развиваться естественным образом, но теперь она находится под нашим контролем.

*(Результат: я сохраняю мое коммуникативное намерение, отказываясь на данный момент от коммуникативной цели, к обсуждению которой, видимо, придется вернуться еще раз,— модель отсроченной коммуникативной стратегии.)*

Предложенные варианты решения данной коммуникативной ситуации, безусловно, не единственно возможные, но вполне реалистические. Основной тактический ход, обеспечивший в обоих случаях частичный успех моей коммуникативной стратегии и сохранение контакта до момента завершения коммуникативного акта,— следование максиме согласия.

## **§ 4.6. Максима симпатии**

**Максима симпатии** есть *максима благожелательности*.

Эта максима, как и другие максимы принципа вежливости, «работает» на метатекст, то есть создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Дж. Личем она формулируется так: «Выказывай благожелательность!» Речь в сущности идет о некоем качестве, демонстративно проявляемом собеседниками.

Американский принцип достаточно хорошо иллюстрирует эту максиму. Несмотря на то, что принцип этот неоднократно подвергался критике (причем часто критика бывала разумной!), оснований отказываться от него отнюдь не так много. Самым



сильным аргументом критиков была некоторая театральность поведения собеседников, этот принцип исповедующих. Причина же критики имела чисто прагматическую подоплеку: утверждалось, что постоянное следование принципу «Кеер зтпе!» может находиться в противоречии с критерием искренности. Это действительно так, однако противоречие такое на самом деле не является неизбежным: общеизвестно, что неискренность *отнюдь не всегда* сопровождается благожелательностью.

Проанализировав множество самых разнообразных коммуникативных стратегий, читатель и сам теперь может заметить, что благожелательность вступает в конфликт с искренностью только при наличии у собеседника (или обоих собеседников) предосудительной коммуникативной цели. В том же случае, когда коммуникативная цель оказывается достойной, возможность злоупотребления максимумом доброжелательности практически исключена.

Более того, доброжелательность часто является условием «работы» других максимумов вежливости. Например, максимум такта практически невозможно соблюсти, не соблюдая максимумы доброжелательности. В противном случае ненарушение границ личной сферы окажется настолько демонстративным, что может восприниматься партнером как отказ от взаимодействия, а это фактически равносильно прекращению контакта.

Понятно, что недоброжелательность — как качество, обратное доброжелательности,— делает речевой контакт невозможным. Во всяком случае, долго поддерживать недоброжелательный контакт практически никогда не удастся. Поэтому недоброжелательность и не составляет особенной проблемы для науки. Серьезную проблему между тем представляет так называемый **безучастный контакт**, когда коммуниканты, не будучи врагами, тем не менее, не считают нужным демонстрировать или просто не демонстрируют доброжелатель-

ности по отношению друг к другу. Соответствующую группу обычно составляют «деловые контакты», поскольку традиционно от коллег не требуется быть еще и друзьями. Подобный взгляд на коммуникацию давно и справедливо критикуется как ошибочный.

При нежелательном для одного из собеседников исходе коммуникативного акта разочарование, наступающее вследствие необходимости отказаться от собственной коммуникативной стратегии, как правило, оставляет его неудовлетворенным и коммуникативным актом в целом. Однако существует возможность создания минимального комфорта даже для «проигравшего». Такая модель носит ироническое название **подслащенной пилюли**, однако, даже если сравнивать подслащенную пилюлю с горькой (естественно, при необходимости *принять* пилюлю!), преимущества первой вполне ощутимы.

И правы, видимо, те, кто считает, что оценка атмосферы коммуникативного акта и оценка его практических результатов необязательно должны совпадать. А стало быть, если существует возможность выйти из коммуникативного акта с огорчением, но без сожаления, возможность такую лучше использовать. Например, принятая в некоторых европейских странах форма отказа соискателю той или иной должности неизменно включает фразу: «Но мы тем не менее благодарим Вас за участие в конкурсе и надеемся на контакты в дальнейшем».

Максима доброжелательности, так же, как и максима согласия, призвана «охранять» и речевые ситуации с намечающимся конфликтом. Именно следуя максиме доброжелательности, оказывается возможным перенос внимания с конфликта как такового на причину конфликта (модель: *на самом деле нам нечего делить*) с последующим ее обсуждением. Обычно такой простой акции, как перенос внимания, бывает достаточно для того, чтобы сохранить находящийся под угрозой контакт.

## § 5. Конфликты максим

Изучая принцип кооперации и принцип вежливости как главные принципы коммуникативного кодекса, необходимо постоянно помнить, что *ни одна из составляющих их максим не имеет абсолютного характера*. А это значит, что *сама по себе никакая максима не способна полностью гарантировать устойчивость контакта, тем более — благополучное завершение коммуникативного акта*.

Любая из максим относительна и, более того, часто может не «согласоваться» с другими. О подобного рода конфликтах максим говорили как Г. П. Грайс, так и Дж. Лич. Несмотря на то что максимы обеих групп на правах составляющих частей входят в единый коммуникативный кодекс (принцип кооперации, с одной стороны, и принцип вежливости — с другой), единство максим в составе каждой группы отнюдь не само собой разумеется. В речевой практике то и дело встречаются случаи, когда коммуникант не имеет возможности выполнить одну максиму без того, чтобы не нарушить другую.

Так, применительно к принципу кооперации постулат «Будь краток» может вступить в конфликт с постулатом «Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется», поскольку краткость отнюдь не всегда гарантирует нужное количество информации, и, если, например, адресата интересуют подробности, их трудно излагать кратко. Или постулат «Не отклоняйся от темы» иногда внезапно оказывается конфликтным по отношению к постулату «Избегай непонятных выражений»: ведь существует круг специализированных тем, предполагающих, в частности, работу терминологией (т. е. *не всем* понятными выражениями), объяснение которых может как раз и привести к отклонению от основной темы. На другие конфликты максим в составе принципа кооперации уже указывалось выше.

Как ни странно, **принцип вежливости является еще более благоприятной почвой для конфликта максим,** чем принцип кооперации. Можно даже сказать, что тот, кто поставил перед собой задачу следовать сразу всем максимам принципа вежливости, в конце концов неминуемо попадет впросак. Впрочем, П. Х. Ноуэлл-Смит выразил эту мысль гораздо раньше и лаконичнее: «Складывается впечатление, что в изучении этики все пути заводят в тупик» (П. Х. Ноуэлл-Смит, с. 155).

Причина здесь в том, что, по справедливому утверждению Дж. Лича, *этикет по природе своей асимметричен*, то есть не предполагает зеркально точного воспроизведения одних и тех же речевых действий по отношению к адресанту высказывания, с одной стороны, и его адресату — с другой. Иными словами, речевое действие, осуществленное в адрес одного, не может быть, как правило, принято другим. То есть, например, максима одобрения требует от адресанта похвалить адресата за удачное высказывание, тогда как максима скромности обязывает адресата отклонить похвалу. Вместе с тем максима согласия обязывает, опять-таки адресата, избегая возражений, все же принять похвалу.

Многие этические ситуации оказываются действительно крайне сложными и часто не только в силу асимметричности этикета, но и в силу чрезвычайно частотных *конфликтов этических максим*. Если я ставлю перед собой задачу соблюдать интересы собеседника (максима такта), я, видимо, не всегда в состоянии избегать возражений (максима согласия), поскольку собеседник может легко оказаться недостаточно информированным, что явно не в его интересах. Если я намерен последовательно придерживаться максимы скромности и решительно отстраняю комплименты, я не только нарушаю максиму великодушия, затрудняя собеседника поиском других способов выказать благожелательность, но и заставляю его вступить в конфликт с максимальной одобрения (в соответствии с которой он обязан не осуждать меня!).

Существует даже такое понятие, как **парадоксы этикета**. Под парадоксами этикета понимаются *модели зеркального поведения в симметричных ситуациях*; здесь следование правилам вежливости приводит к разыгрыванию уже упоминавшейся выше *комедии бездействия*, как называет подобные ситуации Дж. Лич. В комедии бездействия следование только и исключительно максимам вежливости заводит собеседников в тупик, этичный выход из которого найти невозможно.

Всем знакома маниловская ситуация состязания в вежливости у дверей, когда собеседники, поочередно выказывая благожелательность (максима симпатии), фактически лишают друга возможности войти в помещение и наконец сталкиваются в дверях, одновременно соглашаясь на очередное предложение друг друга (максима согласия). Не менее известны ситуация демьяновой ухи, когда жертвой максимы согласия оказывается каждый раз позволяющий уговорить себя гость, или ситуация с котом и поваром («А Васька слушает да ест»), где повар выглядит заложником максимы такта.

## § 6. Критерий мотивированности

Интересна одна из лингвистических концепций, предлагающая в дополнение к критерию искренности и истинности еще один аспект рассмотрения коммуникативного акта, который позволяет чуть легче ориентироваться в системе основных постулатов и выборе необходимой для данной ситуации речевого взаимодействия стратегии. Концепция эта предложена Д. Гордоном и Дж. Лакоффом и предусматривает введение в аппарат критериев анализа коммуникативного акта **еще один критерий** — *соблюдение условий мотивированности*.

*«Кроме вопроса о том, когда речевой акт является искренним, необходимо выяснить, когда он является мотивированным, поскольку, если он не мотивирован,*

*к нему всегда можно предъявить претензии некоторых стандартных типов. Вообще говоря, для каждого условия искренности речевого акта существует соответствующее условие мотивированности, а именно условие, состоящее в том, что говорящий должен иметь основание для соблюдения данного условия искренности».*

*(Д. Гордон, Дж. Лакофф, с. 281)*

Критерий мотивированности коммуникативного акта предполагает обращение к довольно сложным нюансам коммуникативных стратегий, в частности, к их сторонам, представления о которых могут быть только у самого говорящего. Судить же «со стороны» о том, до какой степени говорящий располагает этими представлениями, довольно трудно: нюансы эти относятся к разряду непрозрачных областей коммуникативной интенции.

Однако в условиях *реального* коммуникативного акта некоторые из таких нюансов могут стать очевидными. В таком случае их можно использовать как сигналы, помогающие «прочитать» подлинную интенцию участника коммуникативного акта. Вот пример описания условий мотивированности некоторых речевых актов (просьбы, утверждения, обещания):

*Просьба мотивирована, если только говорящий имеет основание хотеть ее выполнения.*

*Просьба мотивирована, если только говорящий имеет основание считать, что слушающий может ее выполнить.*

*Просьба мотивирована, если только говорящий имеет основание считать, что слушающий будет склонен ее выполнить.*

*Просьба мотивирована, если только говорящий имеет основание считать, что без этой просьбы не сделает того же самого действия.*

*Утверждение мотивировано, если только говорящий имеет основание считать его истинным.*

*Обещание мотивировано, если только у говорящего есть основания быть намеренным его выполнить.*

*«Разумеется,—продолжают далее Д. Гордон и Дж. Лакофф,— существует много других условий мотивированности... Например, неразумно просить кого-либо что-либо сделать, если в этом последнем нет нужды. Отсюда претензии типа: «Есть ли в этом необходимость?» или «Это уже сделано». Несомненно существует и много других условий».*

*(Д. Гордон, Дж. Лакофф. с. 282—283)*

Описать все условия мотивированности (так же как и все условия искренности или истинности) по модели высказывание *мотивировано (искренне, истинно) тогда и только тогда, когда <...>* само по себе невозможно. Но при разработке собственных коммуникативных стратегий и при оценке коммуникативных стратегий других ни в коем случае не следует упускать из виду хотя бы общий признак мотивированности того или иного высказывания (модель: *мотивировано — не мотивировано*).

Базовые категории, критерии и принципы коммуникативного кодекса можно было бы обсуждать и далее, доведя читателя до отчаяния, но в задачи данного учебного пособия это не входит. В задачи эти, напротив, входит, в частности, обратить внимание читателя на то, что понятие коммуникативной стратегии как раз для того и существует, чтобы снизить разрушительный эффект действия сразу всех механизмов. Ведь именно коммуникативная стратегия предполагает выбор только пригодных для данной речевой ситуации моделей речевого поведения. Быть хорошим речевым стратегом означает еще и предусмотреть возможные конфликты механизмов в ходе речевого взаимодействия, особенно тех, которые способны привести к нарушению контакта.

Между тем контакт контакту рознь. Существуют, например, «самоподдерживающиеся» контакты, с одной





честве речевого взаимодействия «на глубинном уровне», и контакт как речевое взаимодействие поверхностного типа — условно говоря, «соприкосновение посредством речи».

*Взаимодействие на глубинном уровне* предполагает *обработку информации* в ходе коммуникативного акта, а кроме того, *ряд изменений, которые происходят с коммуникантами* (изменение точек зрения на предмет, уточнение пресуппозиций, расширение представлений о фреймах и многое другое). Может быть, еще более точное представление о речевом взаимодействии на глубинном уровне дает рассмотрение соответствующей речевой ситуации с точки зрения достижения нелингвистической (или невербальной) цели. Мы называем возможность достижения такой цели *коммуникативной перспективой речевого акта* и характеризуем **речевое взаимодействие на глубинном уровне** как **речевое взаимодействие, имеющее коммуникативную перспективу**. В академической науке существуют также другие терминологические обозначения для коммуникативной перспективы, но соответствующая терминологическая система в данном учебном пособии не вводится.

Для наших целей достаточно, может быть, только еще раз повторить: под коммуникативной перспективой мы понимаем возможность перехода «от слов к делу» либо уже в ходе коммуникативного акта, либо после его завершения, то есть — возможность появления у *речевого* действия некоторых *физических* последствий.

Простейший пример: моя просьба к официанту в ресторане принести мне жареные шурупы имеет коммуникативную перспективу только в том случае, если в меню ресторана включено такое, блюдо, как жареные шурупы, то есть если существует возможность совершения необходимого физического действия. (Более подробно вопрос о коммуникативной перспективе рассмотрен при анализе концепции Дж. Костина.)

*Речевое взаимодействие поверхностного типа* не связано с преобразованием информации и никоим образом не трансформирует личностных структур собеседников: из речевого контакта они выходят, сохраняя прежние взгляды на предмет, а также присущие им до момента контакта пресуппозиции и представления о фреймах. Кроме того, речевое взаимодействие поверхностного типа не предполагает у соответствующего коммуникативного акта наличия коммуникативной перспективы.

*Иными словами, акт общения есть процесс продуктивный (производящий), в то время как фатический акт представляет собой репродуктивный (воспроизводящий) процесс.* При этом очевидно, что категории «продуктивный» и «репродуктивный» используются нами как неочечные.

Одним из первых, кто обратил внимание на то, что язык может использоваться и в *контактоустанавливающей* функции, был видный американский лингвист русского происхождения Роман Якобсон (тот самый Роман Якобсон, который известен нам как «Ромка Якобсон» из стихотворения В. Маяковского «Товарищу Нет-те — теплоходу и человеку»; (ср.: «... болтал о Ромке Якобсоне и смешно потел, стихи уча»). Поддерживая свойственный науке XX века интерес к функциям языка, Роман Якобсон предложил свою систему функций, определяющих назначение языка в жизни общества. Не ставя перед собой задачи представить эту систему, заметим только, что в ее составе и была впервые зафиксирована такая функция языка, как фатическая, или *контактоустанавливающая*.

Современное понимание фатики уже сравнительно далеко ушло от якобсоновских ее трактовок и представляет собой лишь вариации на темы Якобсона. Фатика как явление чаще всего рассматривается в качестве своего рода паразитического использования языка, когда язык работает, так сказать, вхолостую, то есть фактически не работает. И этот аспект в исследовании языка

есть один из самых трудоемких. Л. Витгенштейн обозначил соответствующую проблему так:

«... *Философские проблемы возникают тогда, когда язык бездействует*» (Л. Витгенштейн. *Философские исследования*, с. 93), или: «*Замешательства, охватывающие нас, возникают... когда язык находится на холостом ходу, а не когда он работает*» (Л. Витгенштейн. *Философские исследования*, с. 128).

Некоторое представление о фатике может дать анализ такого примера, как, скажем, беседа малознакомых людей за столом. Фрейм данной речевой ситуации не предполагает обмена серьезной информацией: люди говорят о погоде, о ценах, о происшествиях, немножко сплетничают — короче, как правило, занимаются пустословием, не сосредоточиваясь особенно на «процессе говорения», будучи занятыми едой. Безусловно, соответствующий фрейм отнюдь не запрещает обращаться и к более насущным разговорам, но обычно так все-таки не происходит.

Другой пример — поездка со случайным попутчиком, соседом по купе. Обычно в подобного рода ситуациях фатика столь же неизбежна: едва ли мы примемся обсуждать жизненно важные вопросы с тем, с кем прежде никогда не встречались и едва ли в будущем когда-нибудь встретимся (исключения возможны и здесь, но не в них дело). Даже вопросы личного свойства, нарушающие, с одной стороны, фактор дистанции, с другой — максимум такта (типа «Куда Вы едете и зачем?», «Есть ли у Вас семья?», «Сколько лет Вашим детям?», «Как они учатся?» и проч.), которые так любят задавать любопытные попутчики, в сущности, лишены в таких ситуациях какой бы то ни было «перспективы». Их вполне допустимо квалифицировать как праздные, поскольку непонятно, зачем нам все эти сведения и как мы собираемся использовать их в дальнейшем.

На самом деле приведенные примеры есть, разумеется, не *примеры фатических «жанров»* (жанров таких, скорее всего, не существует, как не существует, скажем,

и жанров информативных), *а только фатических ситуаций* — зарекаться от того, что какой-нибудь застольный разговор или какая-нибудь случайная встреча в поезде не будут иметь для тебя «судьбоносных последствий», ни в коем случае не стоит.

Может быть, правильным было бы заметить, что именно названные — впрочем, разумеется, не они одни — ситуации наиболее часто превращаются в фатические. Причина отчасти в том, что в обеих ситуациях присутствует нечто, что делает внимание коммуникантов друг к другу несколько поверхностным и, во всяком случае, неустойчивым: в первом случае это необходимость «принимать пищу», во втором — сосредоточенность на поездке как на «основном действии».

Существует довольно много способов обозначить фатику нетерминологическим, бытовым образом. Когда мы характеризуем некий процесс или результат говорения как «слова, слова, слова» или, менее элегантно, как «болтовню», «треп» и тому подобное, мы имеем в виду проявление фатической функции языка. Другое дело, что *необходимо все-таки довольно четко различать речевые ситуации, в которых фатика если не желательна, то, по крайней мере, приемлема, с одной стороны, и речевые ситуации, где ее лучше было бы избежать, а то и вовсе исключить,* — с другой.

Если различать такие категории, как контакт и общение, то хотя бы на уровне некоторых отвлеченных стратегий становятся понятными механизмы ориентации в «речевом пространстве» двух только что названных групп ситуаций. Со всей очевидностью, существуют речевые ситуации, в которых от коммуникантов требуется лишь **речевой контакт**, — это область фатических актов, и **речевые ситуации, предполагающие общение**, — это область *актов общения*.

Велик соблазн назвать акты общения коммуникативными актами и противопоставить их фатическим по признаку отсутствия информативности в последних. Однако такой подход к фатике не вполне правомерен

при том широком взгляде на информацию, который принят в настоящее время.

Безусловно, информацию фатические акты не передают — это утверждение, видимо, вполне корректно. Но сложность проблемы в том, что *назвать их при этом не информирующими актами нельзя*: фатика «информирует» собеседника, пожалуй, *ничуть* не хуже, чем не-фатика. Другое дело, что фатика информирует не о предмете, а о типе речевой ситуации, в которой находятся собеседники, или о говорящем, выбравшем стратегию фатического акта.

Важным становится определить, почему в данной ситуации фатика *оказывается возможной* или почему собеседник придерживается соответствующей стратегии *вопреки* характеру речевой ситуации. Определение этих причин может существенно скорректировать реализуемые коммуникативные стратегии.

Часто в ходе речевого взаимодействия, когда коммуниканты (или, по крайней мере, один из них) не отдают себе отчета в том, участвуют ли они в акте общения или в фатическом акте, их посещает ощущение, что нить разговора потеряна, что разговор ушел в сторону, что как-то ни с того ни с сего начинают обсуждаться вопросы, никоим образом с основной темой не связанные, и т. п. Подобные коммуникативные неудачи можно объяснить с помощью уже известной нам категории релевантности, точнее — максимы релевантности: она в таких случаях чаще всего и оказывается нарушенной.

Речевые сигналы, которые при соответствующем стечении обстоятельств собеседниками посылаются, могут выглядеть, например, так: «О чем это я?» или «С какой стати Вы вдруг об этом вспомнили?», «По-моему, мы говорили до этого о чем-то другом» и т. п. .

Частой причиной таких сигналов бывает отсутствие других сигналов, а именно маркирующих данную — и только данную — речевую ситуацию. Подобные сигналы, как тоже уже говорилось, носят метатекстовый

характер и напоминают о необходимости придерживаться соответствующего фрейма, задающего структуру разговора и «позволяющего» или «не позволяющего» отступить дальше присущих ему рамок. Насколько можно выходить за эти рамки, определяется самими собеседниками, но даже самые далекие «отступления» не должны вытеснять фрейм из поля зрения коммуникантов.

Опытный речевой стратег не забудет заранее объявить о своем намерении сделать шаг-другой в ту или иную сторону, хотя бы и воспользовавшись «полоние-вым аргументом» (Полоний у Шекспира говорит: «Я безумец, но в безумии моем есть определенная последовательность»), то есть маркировав ситуацию одним из — пусть и самых типичных — прагматических клише типа: *я позволю себе отвлечься ненадолго* и т. п. Может быть, он — опытный речевой стратег, — чтобы долго не держать собеседника в недоумении, не сочтет за труд объяснить причины своего тактического шага, скажем, таким приблизительно образом: *я рискую показаться непоследовательным, но все-таки позволю себе взглянуть на тот же вопрос еще и с другой стороны — просто для полноты картины или я воспользуюсь известной притчей для того, чтобы меня лучше поняли,* — в общем, как-нибудь в этом роде (развернутое прагматическое клише).

Такая превентивная тактика практически никогда не будет лишней, хотя бы уже потому, что она избавляет собеседника от необходимости самому (и часто неправильно, по собственному произволу!) достраивать контуры соответствующей речевой ситуации, чем его все-таки лучше не обременять (вспомним максимуму великодушия!).

Уже здесь следует сделать одну в высшей степени важную оговорку: речь идет о речевых ситуациях, *по преимуществу* фатических или *по преимуществу* коммуникативных. Оговорка эта делается здесь потому, что структура любой речевой ситуации, разумеется, предпо-

лагают информационно более или менее насыщенные или информационно пустые блоки.

Ср., например, хотя бы одну из функций фатического высказывания, отмеченную П. Х. Ноуэлл-Смитом:

«Рассмотрим следующий диалог:

А Что вы делаете?

В. Я курю хорошую сигарету.

А. Вам это доставляет удовольствие?

Последний вопрос вызывает недоумение. Раз В сказал, что он курит хорошую сигарету, повода для вопроса *Вам это доставляет удовольствие?* как будто не остается. Это не значит, что такой вопрос вообще неуместен. Может быть, А собирается сообщить В не совсем приятную новость и просто поддерживает беседу, потому что знает, что если на этом остановиться, то гораздо труднее будет перейти к главному» (П. Х. Ноуэлл-Смит, с. 171).

Кстати, взгляд на фатику как на нечто *безусловно вредное* никогда не был особенно популярен, так или иначе, но исследователям всегда приходилось помнить, что текст, состоящий исключительно из информационно насыщенных, а тем более — информационно *сильно насыщенных* блоков, постепенно перестает быть интересным адресату. И не только потому, что внимание адресата время от времени естественным образом ослабевает, но и потому, что для восприятия неизвестного слушателю необходимы «опоры» на известное.

В общем и целом фатика представляет собой вполне полноценное речевое явление, которое, однако, не было описано в литературе достаточно подробно (исключение составляет, пожалуй, только замечательная книга Т. Г. Винокур «Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения»). Поэтому интересно, в частности, посмотреть, как выглядят фатические акты в свете принципа кооперации Г. П. Грайса и принципа вежливости Дж. Лича.

На первый взгляд, фатический акт вполне может показаться в высшей степени кооперативным образованием (ср. так называемые «светские разговоры», практиче-

ски каждую реплику в которых можно с большой долей уверенности предсказать, причем предсказанное тут же и сбывается). Однако это лишь иллюзия, которая возникает исключительно вследствие того, что отношения между фатикой и релевантностью строятся довольно причудливым образом. Разумеется, фатика есть одно из печальных следствий иррелевантности высказываний, но дело не только в этом: *фатика по природе своей ир-релевантна, то есть априори искаженно соотносена с предметом (референтом), вокруг которого строится речевое взаимодействие.*

Обратим на это внимание: для фатического текста нарушение максимы релевантности просто оказывается нормой или жизненно необходимым условием существования. Возьмем хотя бы те светские разговоры, которые обычно справедливо упрекают за театральность, т. е. за демонстративность речевого поведения коммуникантов. «Чрезмерность» таких разговоров как раз и есть признак их иррелевантности, т. е. неточного соответствия характеру речевой ситуации: речевая ситуация как бы не предполагает столь «глубокого» проживания «предмета», как то, которое предъявляется ее участниками, или, напротив, той поверхностности, которая вдруг оказывается им свойственной.

Иначе говоря, фатика, как правило, внутренне конфликтна по отношению к предмету — отсюда и ее *ир-релевантность в принципе*. Правда, может показаться, что здесь само собой напрашивается возражение, в соответствии с которым так называемые светские разговоры утратят свою характерность (и фактически перейдут в другой разряд!), если перестанут быть фатическими. Это возражение справедливо, но лишь отчасти. Действительно, светский разговор, не имеющий фатической основы, перестает быть таковым, однако никто не запрещает вести обычные, коммуникативно полноценные беседы также и в «светских кругах» — напротив, иногда это могло бы быть очень и очень желательно.



Другое дело, что по отношению к «светским ситуациям» фатика существует уже как прочно прижившийся здесь стереотип речевого поведения, настолько тесно связанный с данной сферой речевого общения, что иначе, кажется, оно уже не может и не должно быть! Получается, что, если мы хотим соответствовать жанру, наш «светский разговор» обязательно должен быть фатическим, однако, если наша задача построить «предметный разговор», где бы он ни состоялся, фатику придется устранить. Ибо трудно вообразить себе речевую ситуацию, условием существования которой была бы иррелевантность речевого поведения партнеров по отношению к предмету взаимодействия.

Пожалуй, только «искаженный социальный фон» может спровоцировать условия, в которых «противоестественные» формы речевого поведения (или, скажем, некоторые «уродливые» моды!) оказываются желательными. А это означает, что ни в коем случае нельзя смешивать такие вещи, **как социальную одобренность фатики для ряда речевых ситуаций**, с одной стороны, и ее **«естественность» для тех же ситуаций** — с другой. Социальное одобрение, как только что было сказано, получают время от времени и «противоестественные» явления, и это можно квалифицировать как своего рода «социальный запрос» на иррелевантность.

Автор далек от того (во всяком случае, в настоящее время), чтобы требовать искоренения фатики из речевого оборота. Объявлять соответствующую акцию было бы и нереалистично, и непрагматично, коль скоро имеются как речевые ситуации (и немало), так и отдельные этапы в развертывании коммуникативного акта, когда от собеседников требуются модели фатического речевого поведения.

Иными словами, **прагматично** быть иррелевантным там, где требуется иррелевантность, и релевантным там, где требуется релевантность. В этом смысле, может быть, проблема коммуникативного опыта — это во многом проблема различения актов общения и

фатических актов. Имеющие большой коммуникативный опыт *автоматически* выбирают социально приемлемую линию поведения, независимо от того, насколько эта линия соответствует их внутренним потребностям.

Вот почему оптимальная коммуникативная стратегия и должна предусматривать в качестве одной из важнейших посылок расчет на предполагающийся по законам *данной* речевой ситуации акт общения или фатический акт. «Что это за тип контакта, который мне предстоит?» — как бы спрашивает адресат, понимая при этом, что участие в фатическом акте есть тоже одно из социальных искусств, владеть которым оказывается время от времени остро необходимым.

К тому же отнюдь не каждый случай речевого взаимодействия предполагает тот же самый «уровень релевантности»: уровни эти варьируются в зависимости от коммуникативных и социальных задач коммуникантов и их представлений об этих задачах. Перефразируя известную китайскую пословицу «со стариками — как со стариками, с детьми — как с детьми», можно сказать «с болтунами — как с болтунами, с «разумными людьми» — как с «разумными людьми». Ибо нет ничего более антипрагматичного, как навязывать «человеку болтающему» стратегию разумного речевого поведения: понятно, что стратегия такая заведомо обречена на провал, а соответствующий коммуникативный акт — на неудачу. И если говорящий всеми силами сигнализирует о своем намерении строить фатический акт, вступать в конфликт бессмысленно и утомительно.

Итак, если мы приглашены к фатическому взаимодействию, соблюдение постулата релевантности (верности предмету) от нас не требуется. Со всей очевидностью не требуется и соблюдения других постулатов *принципа кооперации* — о них мы не будем высказываться подробно: возможность (и чуть ли даже не желательность!) нарушения этих постулатов в условиях фатического взаимодействия самоочевидна.

Продуценты и потребители фатики «не любят», когда сведения поступают в нужных количествах, поэтому в фатических актах сведений, как правило, либо слишком мало, либо чрезмерно много (нарушение *максимы полноты информации*).

От «фатических собеседников» не требуется и соблюдения *максимы качества*: высказывания их могут быть как неискренними, так и неистинными (не говоря уже о их немотивированности!) — об искренности и истинности в подобных речевых ситуациях заботиться не принято (любопытны результаты исследований «разговоров в поездах» с последующей проверкой предлагаемых в этих условиях сведений: сведения чаще всего оказываются в конфликте с постулатом истинности).

Что касается *максимы манеры*, то ее нарушение предполагается в первую очередь: понятно, что стихия фатики — многословие, сумбурность, склонность к непонятным и неоднозначным выражениям и т. д.

Таким образом, фатический контакт в действительности враждебен принципу кооперации. И в этом случае возникает вопрос, каким образом при полном его игнорировании коммуникантам все-таки удастся удерживать контакт.

Ответить на этот вопрос, может быть, поможет анализ принципа вежливости по отношению к фатическим актам. Ибо принцип вежливости соблюдается в них, так сказать, с маниакальной точностью. Именно демонстративное его соблюдение и поддерживает «зиждущийся ни на чем» контакт. Может быть, речь идет даже не о соблюдении принципа вежливости (который сам по себе отнюдь не провоцирует фатики!), а о **злоупотреблении принципом вежливости**.

Так, ненарушение границ личной сферы может диктоваться не уважением к собеседнику, а равнодушием к нему, равно как и необременение собеседника зачастую бывает следствием, например, нежелания вступать в более тесные отношения. А уж что касается позитивности в оценке других, неопозиционности и благожелатель-

ности, то этого «фатическим собеседникам», как правило, не занимать! Максимы, соотнесенные с этим принципом, становятся *самоцелью коммуникантов* — отчасти потому, что каких бы то ни было целей в области «референтной действительности», к анализу элементов которой мы как раз и приступаем, у них нет.

В заключение главы заметим только, что несоблюдение «фатическими собеседниками» принципа кооперации, с одной стороны, и демонстративное соблюдение ими принципа вежливости, с другой, является, может быть, хорошим вспомогательным средством для определения типа контакта.

## Глава 4. РЕФЕРЕНТ

### § 1. Коммуникативный акт и референция

Референт (денотат) есть категория, которая, пожалуй, как никакая другая, широко исследуется в цикле наук, репрезентируемых в данном учебном пособии (лингвистической прагматике, теории речевых актов, лингвистической философии, лингвистической логике, современной риторике). И это понятно: представители данного цикла наук озабочены именно тем, чтобы установить связи между языком и неязыковой действительностью, а под **референтом** как раз и понимается *то, что соответствует слову (языку) на уровне предметной (внеязыковой) действительности.*

**Референция** есть, таким образом, *процесс (или результат) соотнесения слова (языка) и предмета (предметного мира), т. е. в конечном счете, построение своего рода «моста» между словом и миром.* Референт должен быть представлен и опознан в высказывании, причем желательно, чтобы это было не просто опознание, но такое опознание, которое в дальнейшем дает возможность «орудийно», операционно пользоваться соответствующей областью предметного мира.

Стало быть, одной из главных задач того, кто намерен предложить собеседнику акт общения (не-фатический акт), является создание условий для корректной референции.

На слушателя в высшей степени раздражающе может подействовать, например, открытие, в соответствии с которым то, что он простодушно принимал за референт на протяжении всего процесса коммуникации, референтом на самом деле не является. И что референтом, напротив, оказывается нечто, о чем адресат не имеет к концу разговора ни малейшего представления, между тем как это именно то, что намерен был «передать» ему адресант.

Подобного рода коммуникативная неудача представляет собой известный в лингвистической прагматике случай несовпадения референтов говорящего и слушателя, в результате чего в сознании слушателя происходит замещение «запланированного» референта референтом случайным. Ответственность за это, безусловно, несет говорящий, однако полностью снимать ответственность со слушателя тоже едва ли возможно. Ведь коммуникативный акт есть поле совместных действий!

Наука XX века, занимающаяся проблемами речевого общения, есть, как уже говорилось, наука о речевых действиях, то есть действиях, осуществляемых посредством слов (языка). Естественно, что в процессе своего становления наука эта постоянно обращалась к сфере неречевых — физических — действий для того, чтобы иметь возможность проверить, насколько речевое действие может быть аналогично действию физическому.

Поиск аналогий привел английского *логика* (!) Джона Остина к созданию концепции, в которой он определил слово как действие. Именно так («Слово как действие») назывался цикл лекций, прочитанный Джоном Остином в Гарвардском университете в 1955 году. По признанию самого Дж. Остина, в основу этих лекций легли взгляды, сложившиеся еще в 1939 году. Отдельной книгой лекции были опубликованы в 1962 году.

Для приобщения к интересующим нас категориям принципиально необходимо понять прежде всего *эту* концепцию: мало того, что она стала той самой *теорией*

*речевых актов*, которая известна на сегодняшний день,— она еще и обозначила совершенно особый взгляд на речевое общение. Последствия этой концепции, вне всякого сомнения, будут долго переживаться самыми разнообразными областями научных знаний, и Дж. Остин, видимо, так и останется крупнейшим авторитетом в этой области, по крайней мере в ближайшие десятилетия. И это несмотря на то, что в истории прежде всего философии его концепция задолго до ее появления была предварена выдающимися мыслителями прошлого.

Так, Гегелю принадлежит высказывание, в соответствии с которым «речи... суть действия, происходящие между людьми». А совершенно блистательный философ Людвиг Витгенштейн фактически обеспечил философскую базу лингвистической прагматике, впервые поставив во всем объеме долго зревший в науке вопрос о взаимоотношениях слов и вещей: *система взглядов Л. Витгенштейна нашла отражение в его теории «языковых игр» и стала первой «редакцией» теории речевых актов, сложившейся в составе лингвистической философии.*

Концепция Дж. Остина чрезвычайно сложна для понимания и требует специальной лингвистической подготовки. Кроме того, обращена эта концепция отнюдь не только к проблемам речевой коммуникации (показательно, что и сам ученый рассматривал себя прежде всего философом: «... Я очень хотел бы думать,— заключал он цикл своих гарвардских лекций,— что не столько провозгласил индивидуальный манифест, сколько слегка разобрался в том, как уже начали складываться дела и как они пойдут дальше в некоторых разделах философии»). Дж. Остин, с. 129).

Поэтому, не задаваясь нереалистической целью представить эту концепцию во всей ее сложности, сосредоточим свое внимание лишь на главных ее аспектах — с учетом еще и того, что на отдельные ее фрагменты нам уже неоднократно приходилось ссылаться.

Итак, генеральной посылкой Дж. Остина стало следующее соображение: **сказать нечто, значит совершить определенное действие.** В таком виде соображение это и вошло в состав фундаментальных положений современной науки о речевых актах.

Речевые действия в сопоставлении с действиями физическими обнаружили множество чрезвычайно интересных особенностей. В частности, одна из них имеет, так сказать, «неявный» характер *ощущения действия* говорящим человеком.

Говорящий человек часто полагает, что он «только говорит», однако никакого действия при этом не совершает. И потому все, что представляется нам естественным тогда, когда мы действуем физически, как правило, перестает быть таковым, когда мы переходим на уровень речевого взаимодействия, хотя законы, управляющие миром физических действий, с одной стороны, и вербальным миром, с другой, очень и очень часто совпадают.

А потому, если в сфере физических взаимодействий протянутый нам вместо хлеба камень вызовет у нас не только недоумение, но и справедливое возмущение, в сфере речевых действий мы чаще всего вполне можем удовлетвориться и камнем, простодушно принимая его за хлеб. В речевой ситуации мы легко утрачиваем бдительность, и при обмене словами нас, как правило, довольно легко бывает обмануть.

Обмениваясь словами, мы *как бы* обмениваемся предметами, однако не слишком задумываемся о смысле этого «как бы», т. е. о том, что слово — только заместитель предмета, а не сам предмет, и потому может не гарантировать «интересов» того, кого (или что) оно замещает. Иначе говоря, в реальной речевой практике слово отнюдь не всегда связано с тем *референтом*, на который мы рассчитываем в условиях речевой коммуникации.

Общеизвестно высказывание, что перед паломником, идущим в Мекку, возникает много опасностей: его подстерегают бурные реки, непроходимые чащи, высо-



кие горы..., но главная опасность состоит в том, что он может забыть, что идет в Мекку. В системе лингвистической прагматики референт является своего рода Меккой. Вот почему чрезвычайно важно понять, как это случается, что референт может ускользнуть из сознания говорящего. Разве не, само собой разумеется, что он «точно знает, о чем он говорит»?

К сожалению, нет. И для того, чтобы увидеть это, попробуем поставить перед собой тот же самый вопрос, которым задается в курсе своих лекций Дж. Остин: *что это вообще значит — «сказать»?*

По Остину, сказать значит осуществить довольно сложную процедуру, поскольку любой речевой акт (а именно исследованием речевых актов ученый и занимался, прежде всего) представляет собой на самом деле единство трех актов, которые Дж. Остин называет:

фонетический акт,  
фатический акт,  
речевый акт.

(Заметим, что дело здесь вовсе не в терминологии, а в том, чтобы понять, в чем состоит сущность «акта говорения». Терминология приводится лишь для порядка: в дальнейшем ею — кроме, естественно, термина «фатика» — пользоваться практически не придется.)

*Приведем описание акта «сказать», как оно представлено в курсе уже упоминавшихся лекций Остина:*

*«Мы можем допустить, не настаивая на конкретных формулировках или уточнениях, что сказать нечто всегда означает:*

*осуществить акт произнесения определенных звуков («фонетический» акт), где произнесенное — это фон; осуществить акт произнесения определенных вокабул, или слов, то есть звуковых сочетаний определенных типов, принадлежащих данному словарю и выступающих именно как таковые, в составе определенной конструкции, то есть в соответствии с определенной грамматикой и, именно в этом качестве-*

*ве, с определенной интонацией и т. п. Этот акт мы можем назвать «фатическим» <...>; и, кроме того, сказать означает, как правило, осуществить акт использования [этого высказывания или его составляющих — Е. К.] <...> с данным более или менее определенным «смыслом» и более или менее определенной референцией (что вместе тождественно «значению»). Этот акт мы можем назвать «ретическим» <...> (Дж. Остин, с. 82—83).*

Цитата эта, кажется, не сильно обременена терминологией — в частности, тех, кто знаком со словом «фонетика» (а таких, разумеется, немало),.. фонетический, во всяком случае, акт не поставит в тупик. Этот **первый** акт означает употребление *определенных звуков*, известных слушателю как звуки языка, которым он владеет. Поэтому в утверждении, что «сказать» — значит произнести некоторые членораздельные звуки, нет ничего неожиданного.

Второе (*по количеству действий, а не по порядку, поскольку все три акта производятся одновременно!*), что следует предпринять,— это осуществить фатический акт. Термин этот тоже уже знаком, правда, в несколько ином определении, но определения, на самом деле, различаются только на первый взгляд, что, видимо, подтвердится в дальнейшем. По Остину, фатический акт — это употребление некоторой последовательности слов (не звуков!) на понятном слушателю языке, а также объединение этих слов в предложения — в соответствии с грамматикой и интонацией данного языка.

Проще говоря, осуществить фатический акт значит употребить слова и объединить их в составе грамматически и интонационно правильных предложений. В таком виде второе «правило» Остина тоже не включает в себе ничего особенно нового.

**Третья составляющая** процесса «сказать» — ретический акт, и вот на нем-то придется остановиться подробнее.

Понятно, что, совершив фатический акт, мы тем самым произвели на свет некое высказывание. Все, что можно предположить насчет этого высказывания,— это то, что оно сделано на языке, понятном слушателю, то есть не противоречит известным ему правилам грамматики и законам интонации. Однако этого мало, поскольку мы ничего не можем утверждать о смысле высказывания.

Например, относительно высказывания **«Сивая тишина укоротила шевелюру на пятнадцать копеек»** допустимо предположить, что оно на русском языке, что оно может быть интонировано в соответствии с интонационными правилами русского языка и что в нем нет очевидных нарушений русской грамматики. Но вот утверждать, что при всем при том оно что-нибудь означает, мало, кто возьмется. Перед нами одно из крайних выражений фатики. Так может выглядеть высказывание, автор которого взял на себя труд осуществить лишь фонетический акт и фатический акт, не осуществив при этом **ретического акта**, который, по Остину, как мы видели, предполагает:

*соотнести высказывание (или его составляющие)*

*с конкретным референтом;*

*соотнести высказывание с тем смыслом (теми смыслами), который есть у слов в языке.*

Итак (попытаемся сформулировать мысль Остина предельно прозрачно), **осуществление ретического акта предполагает превращение «просто-высказывания» в осмысленное высказывание.** Стало быть, говорящий точно знает то, о чем (или о ком) именно он высказывается в настоящий момент, т. е. отчетливо представляет себе предметную область высказывания (референт), и то, что слова, употребляемые им, наделены в языке именно тем смыслом, какой он им приписывает. В этом случае мы как раз и получаем осмысленное, т. е. полноценное, высказывание.

Понятно, что весь «фокус» концепции Дж. Остина заключается именно в последнем умозаключении:

осмысленным, или полноценным, высказывание становится лишь тогда, когда осуществлена процедура референцирования — установлена связь между «миром предметов» и «миром слов».

Процедура референции далеко не проста. В речевой практике носители языка используют *несколько видов референции* как таковой. К наиболее широко обсуждаемым лингвистами относятся следующие виды:

**неопределенная референция**, т. е. *такое соотнесение высказывания с референтом, которое позволяет отвлеченно зафиксировать неизвестный нам предмет в речи;*

**интродуктивная референция**, т. е. *такое соотнесение высказывания с референтом, которое позволяет представить неизвестный нам предмет в речи;*

**идентифицирующая референция**, т. е. *такое соотнесение высказывания с предметом, которое позволяет опознать в речи известный нам предмет.*

В принципе речевой акт (примем пока этот термин вместо используемого нами термина «коммуникативный акт») можно было бы **абстрактно** представить себе как процесс перехода от одного вида референции к другому. Сначала предмет фиксируется «издали»: я вижу идущего в мою сторону *какого-то человека* (неопределенная референция); затем — по мере приближения — я понимаю, что это *мой лучший друг* (интродуктивная референция), *тот самый, который всем известен как не известный никому* (идентифицирующая референция).

Однако **реальный коммуникативный акт** по поводу того или иного референта далеко не в каждом случае предполагает все виды референции: чаще всего неопределенная референция вообще опускается. Впрочем, такие формы инициации коммуникативного акта на уровне прагматических клише, как *у меня к тебе одно дело, я хотел бы обсудить вот какую вещь* и др. под., являются общеупотребительными. При всей спорности вопро-

са о необходимости подобных превентивных акций они все же выгодно отличаются от, например, такого способа обхождения с собеседником, как вопрос в лоб при случайной встрече с незнакомым человеком на автобусной остановке: «Что Вы думаете о подклассе брюхоногих моллюсков?»

Стандартные речевые акты в большинстве случаев предполагают, однако, интродуктивную референцию. И это понятно: обсуждаемый предмет должен быть сначала каким-то образом обозначен «на старте», причем, чем скорее это случится, тем лучше. Долгие поиски референта способны остановить коммуникативный акт, что называется, на взлете (модель: *поговорим, когда ты вспомнишь, о чем собирался говорить*). А кроме того, совсем неплохо и в ходе коммуникации хотя бы иногда повторно представлять предмет — например, для того, чтобы убедиться, до какой степени все еще тот же самый предмет имеется в виду.

Что касается идентифицирующей референции, то она фактически происходит на протяжении всего коммуникативного акта: правильно было бы сказать, что без нее полноценный коммуникативный акт вообще невозможен. Каким образом идентифицирующая референция осуществляется в процессе коммуникации, мы обсудим в гл. 4, § 1.

Стало быть, осуществить референцию — процедура не из легких. Процедура такая предполагает знание точного местоположения предмета (референта) в предметном мире (иерархия «быть», иерархия «иметь», место в соответствующем фрейме плюс расположение в конкретной речевой ситуации) и действительное представление об отличиях данного референта от остальных.

Давайте посмотрим, что бывает, когда соответствующая процедура не совершается.

Для этого возьмем, например, сильно удивившую меня в свое время статью из энциклопедии «Мифы народов мира». Статья называется «Тваша» и, как всякая энциклопедическая статья, призвана представить некий

референт (а не, скажем, напомнить о референте) — в данном случае, мягко говоря, малоизвестный. О том, представлен ли соответствующий референт, читатели могут судить сами:

«ТВАША (*авест.*), в иранской мифологии персонификация космического пространства, отделяющего твердотелое (каменное или металлическое) небо от обитаемой земли. «Ясна» (72, 10) указывает на связь Т. с идеей времени (ср. Зерван). Эпитет Т.— «автономное», «всецело самостоятельное» (начало бытия). Образ Т., связывающего пространство и время, близок некоторым идеям греческой натурфилософии» (Мифы народов мира, т. 2, с. 496).

Слово *Зерван* — единственное в статье — выделено курсивом, т. е. дается как слово отсылочное, указывающее на наличие в данном словаре соответствующей словарной статьи, откуда, дескать, тоже можно почерпнуть необходимую информацию. Точности ради скажем, что в словарной статье «ЗЕРВАН» Тваша вообще не упоминается, так что (даже при очень большом желании почерпнуть-таки дополнительную информацию!) новых сведений получить неоткуда.

По этой причине приходится руководствоваться лишь теми сведениями, которые приведены в уже процитированной словарной статье. Что же это за сведения? То есть: отсылает ли соответствующее высказывание к доступному пониманию референту?

Со всей очевидностью, нет.

Прежде всего, не каждый читатель с легкостью воспользуется вспомогательным «авест.», предупредительно предлагаемым автором статьи, надежно укрывшимся за инициалами Л. Л. Ведь трудно предположить, что в сознании большинства имеется такая пресуппозиция, как авестийский язык — мертвый язык, относящийся к иранской группе языков, на котором написана «Авеста» — древнеиранский религиозный и мифологический па-

мятник. Пресуппозиция эта отнюдь не относится к разряду общеобязательных; кстати, авторы энциклопедии придерживаются, видимо, того же мнения — иначе необъяснимо, почему в первом томе энциклопедии не дается статьи «Авеста» (равно как и «авестийский»). Так что, если кому-то не посчастливилось (то есть он не имеет в своем сознании «Авесты» как сведения, которое всегда наготове), то заключенный в скобки комментарий «авест.» окажется первой «загадкой Тваши» — из числа тех, которые нет возможности разгадать ни тут же, ни позднее.

Далее, проблемы, несомненно, возникнут и по отношению к первому же представлению референта, которое осуществляется в словарной статье,— имеется в виду «персонификация космического пространства». Это выражение оказывается фактически «пустым», поскольку о персонификации имеет смысл упоминать только тогда, когда указывается, в виде какой «персоны» предстает соответствующее понятие — в данном случае «космическое пространство». Сведение это отнюдь не являлось бы избыточным, поскольку, если «Тваша» есть «персона», то настоятельно необходимо знать, что это за образ: Бог, дух, человек и т. д. или, по крайней мере, «половую принадлежность персоны», т. е. женское это божество (если вообще божество!) или мужское.

Недоумение продолжает сохраняться и в дальнейшем, когда выясняется, что «персона» эта (видимо, имеющая чудовищно большие размеры) отделяет небо от Земли (!),— абсолютно непонятно, каким образом это происходит и каким образом *вообще* может происходить (скажем, как расположена эта персона чисто пространственно относительно неба и земли?). Если же имеется в виду (а так оно, видимо, и есть), что «персона» эта — подобно Демиургу — *осуществила* отделение неба от Земли, то акция эта, видимо, была однократной. Но в таком случае остается непонятным, почему для ее обозначения используется причастие несовершенного вида («отделяющая», а не, скажем, «отделившая»), слов-

но отделение неба от Земли происходит с известной периодичностью!

Зафиксированные признаки неба и Земли тоже удивляют своей случайностью: *твердотелое* (каменное или металлическое) небо, с одной стороны, и *обитаемая* Земля, с другой стороны. Видимо, Л. Л. воспринимает пару *твердотелый* — *обитаемый* как антонимическую пару, т. е. пару слов, противоположных по значению, между тем как таковыми в нормальном восприятии эти слова не являются. Зачем-то сообщив эти «географические новости», автор статьи отнюдь не стремится привести их хоть в какое-нибудь соответствие с Твашей, ибо сам (сама) Тваша непонятно где при этом находится. Если на обитаемой Земле, то, стало быть, Тваша едва ли божество (т. к. среди божеств не принято жить на земле), если на небе... впрочем, небу в обитаемости отказано — стало быть, *не* на небе.

Затем в тексте приводится никак не объясняемое слово «Ясна» (не отсылающее к тому же ни к какой дополнительной статье энциклопедии), с некоторым набором цифр, позволяющих идентифицировать слово как название некоего — весьма загадочного — источника; сведений о нем нам найти не удалось. Сведения же эти действительно очень бы хотелось иметь под рукой, ибо загадочный источник «указывает на связь Тваши с идеей времени», а формулировка не очень понятна! Потому и возникает потребность прочесть где-нибудь поподробнее о данной умозрительной форме связи (потребность такая сохраняется даже после знакомства со словарной статьей «ЗЕРВАН», которая не проясняет и этого момента!).

Читатель, окончательно обескураженный, пробует продвинуться чуть дальше и внезапно узнает, что на самом деле Тваша есть эпитет (вообще эпитет или к *тому же еще и эпитет* — не поясняется) и обозначает «автономное», «всецело самостоятельное (начало бытия)», т. е. — фактически — верховное божество. Но сказать об этом божестве что-нибудь вразумительное читатель так



и не сможет, поскольку непонятно все-таки, каким образом его (ее) себе представлять, что оно делает — в свободное от «отделения неба от Земли» время — и где обитает, если не на небе.

Наконец следует окончательно дезориентирующее читателя заключение относительно теперь уже *образа* Тваши (с Твашей как с эпитетом покончено — об *образе* же у нас до сих пор нет равным счетом никаких сведений), который связывает пространство и время. Данная «функция» Тваши оказывается весьма неожиданной, поскольку «связь с идеей времени» и объединение пространства и времени есть, мягко говоря, разные «степени» фиксируемого признака.

Подсказкой могло бы служить указание на идеи греческой натурфилософии, к которым близок «образ» Тваши, но нам сообщается, что образ этот близок к *некоторым* идеям греческой натурфилософии (каким именно — пусть решает сам читатель: он ведь обязательно большой специалист в области греческой натурфилософии и после данной слепой отсылки непременно с радостью воскликнет: «Намек понят!»).

Последней строкой словарной статьи является то самое «Л. Л.», которое окончательно замечает все следы Тваши в читательском сознании.

Проанализированный пример есть пример высказывания (если рассматривать словарную статью как высказывание) или коммуникативного акта (если рассматривать словарную статью как акт общения между Л. Л. и читателем), инициатор которого не справился с референтом, а стало быть, не справился с ним и читатель. Безусловно, гадать о том, почему Л. Л. не справился (не справилась) с референтом — в силу недостаточного представления о том, какие задачи стоят перед энциклопедической статьей, в силу нежелания метать бисер перед кем попало или еще почему-либо, — не стоит. Но вот объяснить просчеты в коммуникативной стратегии Л. Л., видимо, все-таки очень и очень желательно.

Будем исходить из того, что Л. Л. считается хорошим специалистом в области иранской мифологии (иначе его (ее) не пригласили бы к участию в таком солидном издании, каким является энциклопедия «Мифы народов мира»), т. е. должен (должна) достаточно свободно чувствовать себя в соответствующей предметной области. А это означает, что Л. Л. в принципе располагает возможностями «вписать» такой референт, как Тваша, в читательскую энциклопедическую картину мира. Но для этого Л. Л. предпринимает фактически лишь один корректный шаг, маркируя область Тваши как область иранской мифологии. Реально это единственная услуга, которую оказывает нам Л. Л. В случае необходимости мы можем, отправляясь от энциклопедии, найти необходимые нам сведения о Тваше самостоятельно в другом месте (в специальной литературе).

Остальные же «шаги», предпринятые Л. Л., вполне допустимо квалифицировать как тщетные. Есть ли Тваша верховное божество в иранской мифологии, в каком виде божество это представлено, в каких отношениях оно находится к прочим божествам (если таковые имеются, поскольку, с другой стороны, может быть, речь идет о монотеистической системе представлений!) и каковы его реальные функции (кроме, предположим, однократного и даже неоднократного отделения неба от Земли) — все сведения о референте отсутствуют. Выйдя из коммуникативного акта, мы фактически имеем о Тваше так же мало сведений, как и до начала коммуникации. Ибо, честно отвечая теперь на вопрос о том, кто есть Тваша, мы с уверенностью можем утверждать только, что это кто-то в иранской мифологии и что *этот (эта) кто-то делает что-то с небом и Землей*, а также с *пространством и временем*.

Если проанализировать большое количество подобных высказываний, то можно позволить себе попытаться найти какую-либо систему в отношениях между высказыванием и референтом и таким образом получить некую **типологию представления референта в высказы-**

**вании.** Такая типология способна, вероятно, оказать известную помощь тем, кто небезразличен к результатам коммуникативного акта, т. е. тем, кому отнюдь не все равно, будет ли собеседник способен в дальнейшем оперировать впервые представленным ему референтом, с одной стороны, или, например, скорректированными в ходе речевого акта сведениями о хорошо знакомом ему референте — с другой.

Интересующая нас типология могла бы, например, выглядеть так:

*Высказывание соотнесено с конкретным референтом. (1)*

*Высказывание соотнесено с соответствующей референтной группой (более или менее широким кругом референтов). (2а)*

*Высказывание соотнесено с абстрактным референтом. (2б)*

*Высказывание соотнесено с «чужим» референтом. (2в)*

*Высказывание соотнесено с несуществующим референтом. (2г)*

Интересно, что данная типология фактически включает в себя два больших класса случаев: случай, при котором механизм связи «высказывание — действительность» работает корректно (1), и случаи, при которых механизм связи «высказывание — действительность» дает сбой (2а, 2б, 2в, 2г). Назовем первый случай **референтным** высказыванием, а остальные случаи — **референцированными** высказываниями.

Велик соблазн назвать высказывания последнего типа (2г) безреферентными высказываниями, но, по-видимому, высказывание, которое не отсылало бы ни к какому референту, в *принципе* противно самой природе языка. Даже если говорящий «вообще ничего» не имеет в виду, произносимое им есть факт языка, то есть знак, за формой которого всегда стоит какое-ни-

будь содержание. Знаком может быть поэтому даже молчание — ср. у Ахматовой:

*Последнюю и высшую награду —  
Мое молчанье —  
отдаю Великомуученику Ленинграду.*

Таким образом, от соблазна назвать высказывания последней группы безреферентными лучше все-таки воздержаться, в частности, в соответствии и с таким замечанием Л. Витгенштейна:

«... Остановимся на следующем пункте этих рассуждений: что у слова нет значения, если ему" ничего не соответствует.— Необходимо отметить, что, если называть «значением» вещь, «соответствующую» слову, то это употребление слова *значение* находится в противоречии с правилами языка. Это значит смешивать значение имени с носителем имени. Когда умирает господин N. N., то говорят: умер носитель имени, а не — умерло значение имени. И было бы бессмысленно говорить, будто, раз имя перестало обладать значением, то не имеет смысла говорить *Господин N. N. умер*» (Л. Витгенштейн. Философские исследования, с. 96).

Возвращаясь к представленной выше типологии, отметим, что *референтированные высказывания различаются по признаку того, до какой степени сильно нарушен механизм соответствия слова (в широком смысле) миру*. Иначе говоря, степень несоотнесенности высказывания с референтом варьируется в довольно широких пределах, от случаев, когда референт частично опознаваем, до случаев, когда референт неизвестен.

Можно ли определенно утверждать, что только случай (1) ведет нас к актам общения, в то время как все случаи группы (2) сулят нам исключительно фатические акты? Очень хотелось бы ответить на этот вопрос положительно, причем сугубо из стремления к «категориальному порядку». Однако, видимо, ответ такой слишком упростил бы реальную речевую практику.

На самом деле допустимо сказать только, что у высказываний группы (2), особенно по сравнению с группой (1), действительно довольно велики перспективы стать фатическими, и, может быть, они такими даже чаще всего и бывают. Однако таковыми они могут и не быть: полностью исключить возможности передачи информации посредством высказываний типа (2) все-таки трудно — слишком много значат, в частности, и для квалификации того или иного высказывания как фатического, параметры конкретной речевой ситуации.

Так, например, в науке даже высказывания типа *закон есть закон*, в принципе квалифицируемые как фатические (см. об этих высказываниях гл. 5, § 1), иногда рассматриваются вне своего тавтологического смысла. Классический способ их «оправдания» таков: если, скажем, собеседник начинает пытаться обойти закон и отнестись к нему «легкомысленно» (как к чему-то необязательному, то есть как к не-закону), вполне уместно напомнить ему о необходимости следовать закону именно посредством подобного высказывания — в таком случае оно, по мнению исследователей, перестает быть тавтологическим.

По этой причине будем считать, что соотнесение высказывания с референтом по моделям 2а, 2б, 2в, 2г провоцирует, *как правило* (но не всегда!), фатические высказывания.

Если попытаться в рамках этой типологии оценить проанализированное выше высказывание из энциклопедии «Мифы народов мира», то есть найти ему место на «шкале иррелевантности», окажется, что это еще не самый безнадежный случай несоотнесенности высказывания с референтом, каким бы «трагическим» такое несоответствие нам ни показалось. И хотя заключение по поводу данной словарной статьи следовало бы дать весьма жесткое, нельзя все-таки не признать, что некоторые сведения о референте мы получили, — просто сведений этих нам — в *данной* речевой ситуации (энциклопедиче-

екая статья!) — явно недостаточно. Попробуем тем не менее перечислить их:

- референт есть мифологический персонаж и принадлежит иранской мифологии;
- референт персонифицирован;
- референт имеет функцию;
- референт зафиксирован в письменных (?) источниках;
- референт может быть соотнесен с категориями греческой натурфилософии.

Теперь перечислим сведения, которых нам не хватает для того, чтобы высказывание приобрело характер референтного:

- есть ли референт божество;
- если да, то есть ли референт верховное божество;
- если референт не верховное божество, то каковы его функции;
- в каком именно образе персонифицирован референт;
- где обитает референт;
- что это за источники, в которых референт упоминается;
- с какими именно категориями греческой натурфилософии соотносится референт.

Таким образом, получается, что необходимая нам информация для того, чтобы референт приобрел в нашем сознании некоторые четкие очертания, отсутствует более чем наполовину. Однако высказывание все же отсылает к той референтной группе, в составе которой соответствующий референт можно отыскать (Тваша есть *мифологический персонаж*). Стало быть, перед нами случай 2а. Если продолжать работать с тем же самым примером и попытаться преобразовать его в высказывание типа 2б, допустимо редуцировать и без того недостаточное количество сведений до минимума. Такое редуцирова-

ние даст нам высказывание типа: *референт (Тваша) есть элемент мифологии*. Осуществленная процедура должна напомнить читателю пример с синекдохой, рассмотренный во второй главе, когда мы пытались переходить в разговоре о синекдохе на все более высокий уровень обобщения. Теперь становится понятным, что, уходя от конкретного референта в сторону родового понятия и выше, мы тем самым отправляемся в путь от референтного высказывания к высказываниям референцированным, т. е. — в большинстве случаев — от акта общения к фатическому акту.

Здесь как раз и может возникнуть возражение, в соответствии с которым высказывание *референт есть элемент мифологии* все-таки лучше, чем ничего, ибо, как минимум, ориентирует в некоем правильном направлении и уже потому несет какую-то информацию, т. е. фатическим не является. Возражение это вполне достойно внимания, следует только заметить, что речь идет не о некотором абстрактном речевом взаимодействии, вынужденном из реальности, но о речевом взаимодействии посредством энциклопедии, и не какой угодно энциклопедии, а *энциклопедии мифов*. Что это меняет?

Это меняет довольно много, во всяком случае, *задает параметры конкретной речевой ситуации*, исключительно применительно к которой и следует обыкновенно решать вопрос о том, является ли интересующее нас высказывание (группа высказываний) фатическим.

Итак, перед нами энциклопедия мифов. А если это так, то высказывание: *«Тваша есть элемент мифологии»* представляет собой высказывание из разряда вполне ожидаемых, чтобы не сказать банальных. Мне легко предположить, что нечто в этом роде я, скорее всего, и прочту в словаре мифов. Таким образом, в *данной речевой ситуации* я не получаю фактически никакой информации.

Высказывание типа: *«Тваша есть элемент мифологии»* информирует меня ровно в такой же степени, как информировало бы встретившееся в обычном, не специ-

ализированном, энциклопедическом словаре высказывание: «*Дарвин есть имя*». То есть применительно к речевой ситуации типа «энциклопедический словарь» высказывания типа: «*Тваша есть элемент мифологии (Дарвин есть имя)*» являются определенно фатическими. (Кстати, даже если слово «Тваша» промелькнуло бы в речи собеседника в каком-нибудь неотчетливом контексте и слушатель на вопрос о том, «что это такое?», получил бы ответ «элемент мифологии», такое высказывание тоже считалось бы фатическим.)

Заметим, однако, что разговор у нас идет о референте, по поводу которого состоится *коммуникативный акт*, а не, скажем, о референте, затрагиваемом попутно. Референт же, по поводу которого состоится коммуникативный акт, как правило, абстрактным не бывает, исключая разве что группу совершенно специальных речевых ситуаций (таких, в частности, как разговор между философами, находящими вкус в оперировании отвлеченными понятиями и имеющими, стало быть, по поводу этих отвлеченных понятий некий частный — личный — интерес).

Так, я, видимо, не рискну предложить кому-либо из собеседников такой абстрактный референт, как «счастье» — в смысле «*Поговорим о счастье вообще!*» (кстати, практика школьных сочинений на свободную тему именно потому и встречает столько неосознанных протестов школьников и осознанных протестов методистов). Но даже если я и пойду на такой риск, а собеседник мой, настроенный в данный момент философски, согласится,— разговор не удастся долго удерживать на уровне отвлеченных понятий. И если, повторяю, подобный разговор — это не разговор между двумя первоклассными философами, естественно ожидать, что он довольно скоро наскучит коммуникантам. Предсказать успешное завершение соответствующего речевого акта (фатического) я бы, скажем, не решился.

Разумеется, допустимо говорить и о разных уровнях абстракции: «элемент мифологии» есть один из самых



высоких. Применительно к Тваше предшествующим уровнем абстракции был «мифологический персонаж», а следующим за ним по линии конкретизации — *божество* {если это действительно божество). С высказываниями же типа *Тваша есть элемент мифологии*, где референт обобщен до такой высокой степени, работать практически уже невозможно. Поэтому есть все основания предположить, что в таком виде соответствующий референт просто выпадет из сознания любого собеседника, ибо настолько условно соотнесен с действительностью, что не может быть продуктивно встроено в обычный тезаурус.

Случай 2в представляет речевые ситуации, высказывания в которых соотнесены с «неподходящим» референтом — предполагаемая модель: *Тваша есть китайское божество* или *Тваша есть национальное блюдо польской кухни*. Перед нами случай прямой ошибки (или прямой дезориентации), который следует отличать от случая 2г, когда референта, с которым высказывание соотносится, не существует в действительности. Напротив, 2в означает соотнесение с *существующим в действительности референтом*, но референт этот никакого отношения к данной речевой ситуации не имеет. Может быть, хорошей моделью для идентификации речевых ситуаций подобного типа будет модель: *слышал звон, да не знает, где он*.

Речевые ситуации такого рода могут показаться слишком очевидными, чтобы их можно было обсуждать действительно всерьез. Однако в случаях, подобных моделируемому (*Тваша есть китайское божество* или *национальное блюдо польской кухни*), когда само по себе слово, словосочетание или высказывание ничего не говорит нам, велика опасность того, что «чужой» референт, соотносимый с ними, может действительно занять в тезаурусе адресата неподобающее ему место, причем настолько прочное, что адресат будет оперировать соответствующим референтом как корректным, подобно персонажам старого анекдота (в очереди: «Что дают?» —

«Мопассана». — «А это лучше, чем кримплен?» — «Не знаю, не пил».)

Перейдем к обсуждению случая 2г, когда высказывание соотнесено с несуществующим референтом. Следует предупредить, что для нас это не высказывания о ведьмах, леших, домовых и т. п., поскольку, *во-первых*, существование соответствующих референтов проблематично, но не исключено; *а во-вторых*, что гораздо серьезнее, по отношению к высказываниям такого рода в реальности всегда найдется нечто, готовое «с охотой» откликнуться на соответствующие имена.

В данном случае под высказываниями, соотнесенными с несуществующим референтом, понимаются высказывания типа тех, которые в современной лингвистической философии получили название «**возмутительных суждений**» типа (классический пример лингвистической прагматики): *нынешний король Франции лыс*. Если сравнить с этим классическим примером два других произвольно взятых высказывания, предположим — *местная ведьма печет замечательные пирожки*, с одной стороны, и *датские реки судоходны* — с другой, то понятно, какое из них более «возмутительно» (в Дании нет ни одной реки). И если «местная ведьма» со всей очевидностью соотнесена с неким реальным объектом в действительности, то найти в реальности референт «датские реки» невозможно.

Из сказанного можно заключить, что высказывания, соотнесенные с несуществующими референтами, не просто не соответствуют действительности, но вообще не отражают ее. Таким высказыванием применительно к Тваше было бы высказывание: *Тваша есть трехгорбый верблюд* (впрочем, настаивать на ложности этого высказывания, во всяком случае, до тех пор, пока неизвестно, в каком именно образе персонифицировано божество, не имеет смысла).

Автор приносит извинения за сложные эволюции Тваши, однако соответствующая энциклопедическая статья сама провоцирует языковые игры подобного ро-

да, а кроме того, варианты референцированных высказываний удобнее было показать на одном примере. Можно по-разному решать вопрос о том, все ли высказывания (включая и «оригинал») являются фатическими или только часть из них (например, два последних). Автор, особенно не настаивая на своей правоте, склонен к первому варианту ответа.

Итак, **референцированные высказывания** (2а, 2б, 2в, 2г) лишены нужного референта. Преимущественная область распространения референцированных высказываний — фатические акты, практически лишь демонстрирующие возможности употребления языка (или злоупотребления языком).

*Что касается актов общения, то они базируются на референтных высказываниях (1), реализуя коммуникативную ситуацию (ситуацию «сказать», по Дж. Остину) полноценно.*

## **§ 2. Выбор и презентация референта. Коммуникативная интенция**

Две важнейшие группы вопросов, возникающих по поводу референта в речевой практике, — *выбор и презентация референта* в коммуникативном акте, с одной стороны, и «перемещение» референта в структуре коммуникативного акта, или *транспорт референта*, — с другой.

Будем исходить из того, что коммуниканты соблюдают принцип кооперации и принцип вежливости и таким образом сохраняют контакт на протяжении всего акта общения. Достаточно ли этого для того, чтобы считать коммуникативный акт состоявшимся? Может быть, говоря исключительно и только гипотетически, и достаточно, если имеется в виду фатический акт. Если же перед нами акт общения, то, видимо, нет.

Акт *общения* допустимо считать состоявшимся тогда, когда он выполняет условия корректной референции и когда референт из пункта А в пункт В «доставляется в сохранности». Вероятно, должны существовать правила презентации и правила транспорта референта. Принципы эти и будут подлежать рассмотрению.

Проблему **выбора и презентации** референта в теории речевых актов традиционно не принято оставлять в стороне. Чаще всего в данной связи обсуждается заинтересованность обеих сторон в акте общения по поводу именно данного референта, причем обсуждается на уровне некоего постулата: **референт должен быть интересен коммуникантам**. В силу самоочевидности этого постулата рассматривать его не имеет смысла.

Для порядка следует только заметить, что референт может не только быть, но и стать интересным коммуникантам уже в ходе коммуникативного акта. Здесь все зависит, как кажется, от того, под каким углом зрения рассматривается референт, и остается лишь повторить, что хороший речевой стратег найдет способ сделать референт интересным. Безнадёжно неинтересных референтов не существует — существуют безнадёжные коммуникативные стратегии.

Что касается обнадеживающих коммуникативных стратегий, то они предполагают *презентацию референта (интродуктивную референцию) не через область общих речевых действий коммуникантов, но через область частных интересов каждого из них*. В этом случае некая «зацепка» всегда может быть найдена. Однако понятно, что в каждом частном случае она будет индивидуальной. Потому-то в этой связи и не может существовать, видимо, никаких типологий и схем.

Однако намерения коммуникантов типологизации вполне поддаются.

Описав, что значит «сказать», Дж. Остин отнюдь не ограничился этим. В его задачи входило объяснение не только механизма появления высказывания, но и меха-

низма превращения высказывания в то, что сам он называл *речевым актом*, т. е. речевым **действием**, и что на протяжении всего данного учебного пособия рассматривается либо как коммуникативный акт, либо как составляющая коммуникативного акта.

Всякое действие предполагает вопрос «Зачем?». Поэтому, квалифицируя речевой акт как действие, неизбежен разговор о намерениях говорящего. С помощью речевого акта «что-то совершается», т. е. готовится (или осуществляется) некое изменение в реальном мире. Дж. Остин не обошел вниманием высказывания, которые не только готовят изменения в действительности, но сами по себе уже *изменяют действительность*, т. е. являются *действием* (например, *сказать* — при наличии соответствующей ситуации и прав на высказывание — «*объявляю вас мужем и женой*» значит *совершить акт бракосочетания*). Однако обсуждение этого вопроса увело бы нас слишком далеко в сторону от наших целей. Вернемся к вопросу «Зачем?». Осуществив фонетический акт (1), фатический акт (2), ретический акт (3),  
(т. е. единый акт продуцирования полноценного высказывания),

говорящий, решая вопрос «зачем?», обязан *придать высказыванию определенную целенаправленность* (4).

(О том, до какой степени это условие существенно, можно судить хотя бы на основании одной из статей Дж. Остина — знаменитой статьи под названием «Три способа пролить чернила», где обсуждаются отношения между такими действиями, как *пролить чернила умышленно*, *пролить чернила преднамеренно* и *пролить чернила нарочно*. Очевидно, что в каждом из трех случаев наша целевая установка варьируется!)

Если бы загадочный автор Л. Л. поступил в соответствии с предложением Остина, то на вопрос: «Зачем я рассказываю о Тваше?», он (автор) мог бы ответить следующим образом: «Чтобы предложить эти сведения в виде энциклопедической статьи», со всеми вытекающими отсюда последствиями. А «последствия» таковы:

- неспециализированность круга читателей;
- разный уровень подготовки читателей;
- потребность читателей в оперативной справке, то есть:
  - а) возможность *в целом* понять текст, не обращаясь к другим текстам,
  - б) *в случае необходимости* — возможность продуктивного обращения к другим текстам издания;
- потребность читателей в точной справке, то есть:
  - а) достаточность сведений,
  - б) корректность представления сведений.

При такой (развернутой) постановке цели можно было бы ожидать совсем другой статьи в энциклопедии «Мифы народов мира», поскольку учет этой цели действительно придавал бы высказыванию целенаправленность, то есть обеспечил выполнение четвертого требования к высказыванию.

*Последнее (пятое) требование, которое предъявляется к высказыванию в теории речевых актов, есть требование виелингвистического характера. В этом смысле высказывание считается не просто целенаправленным, но и успешным высказыванием тогда, когда ему присуща коммуникативная перспектива. Иными словами, осуществить успешный коммуникативный акт означает:*

*вызвать желаемые последствия в реальности (5).*

Проще всего представить себе реализацию этого требования на таких примерах:

- суд приговаривает Вас к пожизненному тюремному заключению (=> остаток жизни Вы проводите в тюрьме);
- собрание посвящает Вас в рыцари Черной Розы (=> с этого момента Вы становитесь рыцарем Черной Розы);
- завещаю Вам маленький чайник для заварки (=> после моей смерти Вы обладаете маленьким чайником для заварки) и т. д.

Эти примеры демонстрируют, так сказать, отчетливо ощутимые последствия соответствующих высказываний. Однако последствиями, разумеется, можно считать не только такие радикальные изменения в жизни адресата, как отбывание пожизненного срока в тюрьме или приобретение маленького чайника для заварки, но и, скажем, случаи обычного согласия с адресантом или, наоборот, возникновение конфликта с ним. *Любая результативная форма воздействия на сознание или поведение адресата считается выполнением пятого требования к высказыванию, которому таким образом придается коммуникативная перспектива.*

При всем многообразии коммуникативных перспектив можно тем не менее зафиксировать *типичные формы приемов воздействия на адресата*. Лучшее представление об этих приемах дает наблюдение над тем, **каким образом коммуникативная стратегия говорящего преобразуется в его коммуникативную тактику**. Механизм этого преобразования мы и обсудим сейчас.

Стратегическое представление о собственном намерении говорящего выражается в форме коммуникативной интенции. Представления о коммуникативных интенциях разных типов входят в коммуникативную компетенцию говорящего.

При терминологическом употреблении слова «интенция» в него вкладывают следующий смысл (см. также Предисловие): *интенция есть представление о способе объединения совокупности стратегических ходов для достижения коммуникативной цели.*

При крайне объективной сложности и неразрешенности в науке отношений между такими категориями, как *цель/цели, задача/задачи* и *намерение/намерения*, удобнее, «практичнее» всего — чтобы избежать разного рода недоразумений,— представлять себе интенцию следующим образом. Интенция есть способ превращения коммуникативной стратегии в коммуникативную тактику.

Понятно, что «замысел» (стратегия) и его «воплощение» (тактика) вполне могут и не совпасть. Например, мне не удастся убедить собеседника в моей правоте (желаемый результат коммуникативной стратегии, или коммуникативная цель). Осознавая нереальность этой цели, я вполне могу «по пути» принять такое тактическое решение: мне следует удовольствоваться тем, что, используя систему необходимых речевых ходов (интенция), я смогу убедить собеседника в необходимости подумать над его собственной точкой зрения, которая мне представляется спорной (это и будет моей новой тактикой).

Таким образом, интенцию можно действительно рассматривать как движущую силу коммуникативного акта на пути к поставленной говорящим цели.

*Любой коммуникативный акт есть акт интенцио-нальный, т. е. подчиненный интенциям коммуникантов.* Поскольку я не вступаю в акт общения для того, чтобы «просто поговорить» (на то существует обширная группа фатических актов), я обязан «действовать». Действенный характер моему вступлению в коммуникативный акт придает моя интенция, то есть некий (иногда тайный, иногда «явный») умысел взаимодействия с собеседником, от которого я всегда стремлюсь чего-нибудь добиться для достижения моей (иногда объявленной, иногда — нет) цели.



Как уже говорилось, *носителями* (агентами) намерений, вне всякого сомнения, являются коммуниканты, но, как еще не говорилось, реагентом (точкой приложения) их намерений является референт. Этот аспект проблемы коммуникации чрезвычайно существенен: часто бывает гораздо важнее знать, что в ходе коммуникативного акта происходит с референтом, чем иметь представления о том, что происходит с коммуникантами.

Ответить сначала на первый вопрос и только потом уже, при необходимости, на второй требуется потому, что сам выбор референта, не говоря уже о его интродукции (представлении), *интенционально окрашен*. Происходит это вследствие того, что интенциональность лежит в природе человека. Свойство (и способность) человека «заряжать» передаваемый другому или другим референт есть явление объективное. Его невозможно «устранить» из общения, от него нельзя отказаться — понятно ведь, что *я как-то отношусь ко всему, что попадает в мои руки!* Я определенным образом присваиваю любой референт, превращая его в мой референт, и в коммуникативном акте передаю другому *не референт как таковой, но мой референт*. Одно из самых трагических, в частности и с точки зрения последствий, заблуждений есть заблуждение о том, что собеседники могут быть «объективными», т. е. обмениваться референтом как таковым, «чистым» референтом.

С точки зрения науки такая процедура обмена была бы вовсе лишена смысла. Референт как таковой, «чистый» референт, есть нечто, не принадлежащее никому (или принадлежащее сразу всем). Им практически даже и обмениваться нельзя. Совершая процедуру упомянутого обмена, мы на самом деле обмениваемся не референтом (всегда — объективно — одним и тем же), а некоторыми «довесками» к нему в виде наших представлений, мнений, желаний, надежд, связанных с ним. И то, с чем партнер выйдет из коммуникативного акта,— есть мой «довесок» (может быть, уже преобразованный в ходе коммуникативного акта) к так и остав-

шемуся загадочным референту; довеском этим партнер и будет (или не будет) пользоваться в дальнейшем.

Стало быть, освободить референт от *меня* в ходе коммуникативного акта мне ни при каких обстоятельствах не удастся. И самое большее, на что я могу претендовать,— это понять или хотя бы отдавать себе отчет в том, сколько именно меня «вступило в соединение» с референтом и как это повлияло на состав референта. Интенциональный аспект анализа коммуникативного акта и предполагает изучение его с точки зрения того, *в каком свете* или *в каком направлении* представлен референт в ситуации речевого взаимодействия. Обычно таких направлений выделяется три и они соответствуют *трем обсуждаемым типам речевой интенции*:

**положительная речевая интенция** (презентация референта в позитивном свете);

**отрицательная интенция** (презентация референта в негативном свете);

**нейтральная** — иногда ее называют еще конструктивной — интенция (презентация референта в объективном, во всяком случае, на уровне намерения, свете).

Было бы ошибкой сказать, что положительная интенция и отрицательная интенция — в отличие, скажем, от нейтральной (описание которой сопровождается социально одобряемым словом «конструктивная») — означают не критическое отношение к референту. Представлять себе первые два типа интенции как сугубо «беспринципные» отнюдь не стоит. И не только потому, что в реальности существует огромное количество референтов, действительно заслуживающих нашего одобрения (пропаганды, рекламы и т. п.) или порицания (критики, осуждения и т. п.), но и потому, что сама структура референта способна провоцировать к фиксации полярных его сторон. Тут многое зависит просто оттого, на какой из полюсов, прежде всего, направляет свое внимание говорящий или на какой из полюсов заставляет (фактически вынуждает) его направить конкретная речевая ситуация.

Легко представить себе, что наше отношение к одному и тому же явлению может меняться в зависимости от многих факторов, даже от таких «незначительных», как настроение в момент разговора. Сегодня поступок N представляется мне чудовищным, однако это не означает, что завтра, послезавтра или через несколько дней (недель, лет) я не изменю своего отношения к нему на противоположное.

Характерный пример многократной смены ракурсов в рассмотрении референта описан, в частности, Куртом Воннегутом в его романе «Сирены Титана», где отношение «народа» к главному герою произведения, Малачи Константу, видоизменяется на протяжении повествования *от обожествления* (поклонения изображениям героя) *до обструкции* (публичного сожжения фигурок идола), в то время как с самим референтом, находящимся вне планеты Земля, не происходит никаких изменений — и во время своих визитов на Землю он всякий раз с удивлением застаёт здесь полностью изменившуюся парадигму отношения к себе.

Мы сами были счастливыми (счастливыми потому, что приобрели некоторый серьёзный прагматический опыт) свидетелями изменений парадигмы отношения ко многим и многим референтам вокруг нас на протяжении периода «строительства коммунизма». Авторитеты перешли в разряд пугал, пугала стали авторитетами, достоинства стали квалифицироваться как недостатки, недостатки — как достоинства и т. д. Смена «векторов» в отношении к событиям и людям повлекла за собой реструктурирование тезаурусов и смещение критериев оценки. Трудно (а пожалуй, и невозможно, да и ни к чему) рассматривать все эти тенденции как прогрессивные или регрессивные. Понятно одно: смена точек зрения всякий раз убеждает нас в том, что референтный мир отнюдь не так однопланов, как нам порой представляется.

Итак, презентация референта может быть осуществлена тремя способами.

### **Представление референта в положительном свете**

задает референту благоприятную среду обитания. Коммуникативная стратегия, предполагающаяся в таком случае, есть коммуникативная стратегия, неконфликтная по отношению к референту (что, однако, может не помешать ей быть конфликтной по отношению к коммуникативной стратегии адресата). Интенция одобрения воплощается в создании следующих коммуникативных актов:

акт пропаганды,            процедура вербовки,  
акт агитации,            процедура поощрения,  
акт рекламы,            и т. п.

В каждом из этих случаев положительная интенция стимулирует к принятию референта, т. е. фактически означает приглашение адресата разделять одобрительное отношение адресанта к предмету взаимодействия.

В отличие от первого случая презентация референта *в соответствии с отрицательной* интенцией ставит референт в отношения конфликта с говорящим (что опять-таки может не означать конфликта со слушателем, который, предположим, оказывается солидарным с агрессивно настроенным адресантом). При таких обстоятельствах внимание говорящего зафиксировано на тех сторонах предмета, которые заслуживают осуждения, что воплощается в создании коммуникативных стратегий типа:

акт порицания,            процедура отказа,  
акт критики,            процедура выговора,  
и т. п.

Со всей очевидностью все виды соответствующих коммуникативных актов направлены на формирование негативных оценок по поводу референта с последующим неприятием его.

Презентация референта в соответствии с **конструктивной интенцией** фактически означает приглашение к

анализу референта «без, гнева и пристрастия», В этом случае коммуникантами осуществляется попытка (слишком часто, увы, тщетная) взвесить все «за» и «против» и сделать некий объективный вывод. Конструктивная интенция предполагает коммуникативные стратегии типа:

акт констатации, процедура обсуждения, акт демонстрации  
статистическая процедура, признаков, процедура  
анализа  
и т. п.

Однако, как справедливо заметил А. Роб-Грийе, единственно возможный способ объективной характеристики предмета есть констатация его присутствия в мире. Такой результат коммуникативного акта обычно не может устроить коммуникантов, и потому «объективный» вывод о состоянии референта по окончании коммуникативного акта с интенцией конструктивного типа, как правило, также оказывается пристрастным, хотя, может быть, и более обстоятельно обоснованным.

Сказать определенно, что существует специальная группа референтов, заслуживающих исключительно похвалы или исключительно порицания, разумеется, нельзя. Но нельзя и утверждать, что в *каждом случае*, возможно, дать конструктивную характеристику предмету или явлению. Конструктивная характеристика, как отмечено, предполагает анализ. Для анализа же не всегда бывает достаточно фактов, с одной стороны, и беспристрастности — с другой. Поэтому лучшим советом в связи с выбором той или иной интенции могла бы быть рекомендация к соблюдению таких постулатов принципа кооперации, как постулат искренности, постулат истинности и постулат мотивированности.

Совет этот дается еще и потому, что интенция имеет обыкновение проявляться не только прямо, но и косвенно. Более того, хороший стратег сделает все для того, чтобы не обнаруживать своей интенции прямо — и не столько по причине «скрытности», сколько по причине

недейственности прямых форм выражения интенции на собеседника (см. гл. 5, § 6).

Иногда работа через непрямую интенцию (вместе с прочими способами непрямого воздействия на адресата) квалифицируется как языковая демагогия (Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев. Языковая концептуализация мира, с. 461 и далее). В данном пособии это выражение не используется в силу присущей ему отрицательной оценки соответствующего явления, необходимость которой для нас не столь очевидна.

Коммуникативный опыт, накопленный современниками, свидетельствует о том, что «лобовое воздействие» интенцией часто приводит к результату, обратному ожидаемому. Так, например, если меня «поймали» на акте пропаганды (даже в том случае, если я искренне убежден в необходимости публичного одобрения референта и имею для этого все необходимые мотивы), доверие ко мне собеседника уже отчасти подорвано. Более того, есть речевые ситуации, вообще исключают прямое обозначение интенции (скажем: *сейчас я начну хвалить Вас; я ругаю Вас* и др. под.).

Вот почему коммуникантам необходимо знать некоторые приемы косвенного выражения интенции в речи. **Приемы косвенного выражения интенции** подчинены, в частности, следующим **принципам**:

- всегда существует возможность выбора нужного слова из группы слов, характеризующих один и тот же предмет (одно и то же явление) принципиально по-разному (ср.: *баловник — правонарушитель*);
- всегда существует возможность выбора способа представить одно и то же количество (одно и то же число) принципиально по-разному. Ср.: эффект от представления численности населения Москвы: восемь с лишним миллионов человек, 8 с лишним миллионов человек, 8.793.000 человек, около девяти миллионов человек, около 9 миллионов человек,

около 9 000 000 человек, почти десять миллионов человек, почти 10 миллионов человек, почти 10 000 000 человек;

- всегда существует возможность нужным — модальным — образом оттенить выгодное или невыгодное слово (ср.: якобы преступник — определенно преступник);
- всегда существует возможность сыграть на противоречии (ср.: У меня к Вам маленькая просьба: Вы не задержитесь часиков на шесть-семь после работы?);
- всегда существует возможность проекции одной ситуации на другую (ср.: N — бабник. N — донжуан);
- всегда существует возможность уйти в многословие или в специальную терминологию (ср.: Поэтическая функция проецирует эквивалентности с оси селекции на ось комбинации);
- всегда существует множество других возможностей.

Впрочем, безусловно, право выбора «направления» коммуникативной интенции, а также предпочтения прямых или косвенных форм ее выражения есть свободное право каждого говорящего. Единственным в этом смысле следует иметь в виду в качестве обязательной рекомендации — это непротиворечивость в выражении интенции.

На самом деле, для говорящего даже не так важно выбрать «правильную» интенцию. Тем более, что как таковых «правильных» интенций не существует: существуют, может быть, более и менее оправданные интенции. То есть, например, положительная интенция при описании злодеяний преступника не относится к разряду ожидаемых; точно так же, как отрицательная интенция при рассказе о детях-сиротах едва ли встретит сочувствие собеседника. Хотя, вообще говоря, ни в той, ни в другой ситуации названные интенции отнюдь не исключены: они могут быть спровоцированы **как**

самим референтом, так и социальным, например, контекстом, — если преступник, скажем, окажется сиротой, а дети-сироты — преступниками и т. д.

В любом случае для говорящего гораздо важнее оставаться верным выбранной им интенции на протяжении всего коммуникативного акта. Ибо ничто не удаляет говорящего от коммуникативной цели так стремительно, как *внутренняя противоречивость интенции*.

Одобрять и в то же время порицать, рекомендовать и в то же время предостерегать, утверждать и в то же время отрицать, т. е. осуществлять любую коммуникативную стратегию по модели: *с одной стороны, нельзя не сознаться — с другой стороны, нельзя не признаться*, — прагматически безответственно. Стратегии подобного типа, вне всякого сомнения, саморазрушительны или, по-другому, не имеют коммуникативной перспективы.

### **§ 3. Правила транспорта референта**

Вторая группа серьезных проблем связана с перемещением референта в структуре коммуникативного акта. В этом параграфе будет рассмотрена предложенная выше (см. гл. 3, § 3.4) совокупность *приемов транспорта референта*. Эти приемы были лишь обозначены применительно к процедуре распределения предмета в структуре коммуникативного акта: актуальной задачей остается их анализ.

#### **§ 3.1. Правило фокуса**

(Ср.: *Предмет не «забывается» надолго, между тем как коммуниканты обсуждают проблемы, к собственно предмету отношения не имеющие.*)

Этот постулат при транспорте референта имеет первостепенное значение. В соответствии с ним требуется постоянно держать референт, что называется, в фокусе



внимания. Поскольку любой разговор строится вокруг определенного референта (определенной референтной группы), высказывания, которыми коммуниканты обмениваются в ходе разговора, так или иначе соотнесены с данным референтом. В этой связи удобно ввести такое понятие, как «референтная среда».

*Под референтной средой можно понимать некое активное смысловое поле, в котором все, что обсуждается, приобретает соответствующий референту «заряд». Это означает, что коммуниканты, чисто автоматически, «привязывают» к соответствующему референту любое вновь возникающее высказывание, справедливо полагая, что в осмысленном коммуникативном акте вероятность появления высказывания, не имеющего связи с референтом, ничтожно мала. Разумеется, не имеют в виду случаи «влияний извне», типа появления в ходе беседы, происходящей в ресторане, официанта с высказыванием «Ваша куропатка, сэр».*

Только если попытка привязать высказывание к референту не удастся, высказывание может быть как бы «отложено в памяти» — либо до тех пор, пока все-таки не обнаружится его связь с референтом и высказывание можно будет вписать в речевую ситуацию, либо до тех пор, пока оно не перейдет в состав неактуальных высказываний,

Однако, несмотря на наличие референтной среды, сплошь и рядом в речевой практике возникают случаи, когда референт на более или менее длительный срок оказывается **не в фокусе или фокус вообще смещается**. Это может происходить по многим причинам, главные из которых:

- нарушение коммуникантом (коммуникантами) принципа релевантности;
- возникновение барьеров и препятствий в ходе коммуникативного акта (случайные вопросы собеседника; паразитические ассоциации, появляющиеся у адресанта или адресата; непродуктивные речевые ходы; феномен случайной цели и под.);

•внешние помехи (подключение новых собеседников, искажающих соответствующий фрейм; изменения параметров речевой ситуации и под.) и др.

Обратимся еще раз к энциклопедии «Мифы народов мира» — в данном случае к словарной статье «ФОРСЕ-ТИ» (как к примеру короткого и целенаправленного коммуникативного акта). Статья эта будет приведена целиком. Нам придется обращаться к ней постоянно, анализируя каждое правило транспорта референта.

«ФОРСЕТИ (др.-исл, РогзеИ, «председатель»), в скандинавской мифологии бог из *асов*, разрешающий споры (председатель тинга); сын *Бальдра* и Нанны. Соответствует божеству племени фризов, упоминаемому Алкуи-ном (8 в.)».

(Отметим два случая курсива, как бы свидетельствующих о возможности получить дополнительную информацию. Между тем в словарной статье об асах Форсети упоминается лишь *при перечислении* асов; в словарной статье «БАЛЬДР» *дополнительной* информации о Форсети тоже нет: еще раз повторяется лишь, что Форсети — сын Бальдра.)

Будем считать, что данная словарная статья, тем не менее — довольно успешно состоявшийся коммуникативный акт, который вполне можно считать актом общения (т. е. нефатическим актом, как это было в случае со статьей «Тваша»). Действительно, перед нами пример референтного высказывания, т. е. высказывания, дающего необходимые, в свете жанра энциклопедии, представления о соответствующем референте, то есть:

•референт принадлежит скандинавской мифологии (древнеисландская ветвь); •референт принадлежит к асам (основной группе богов, о чем можно узнать, обратившись к статье «асы»);

- имя референта означает «председатель», отсюда функция референта — разрешать споры;
- генеалогию референта можно проследить (путь указан).

Однако — при всей доброкачественности словарной статьи — приходится отметить ощутимый просчет в коммуникативной стратегии адресанта, который следует, видимо, классифицировать как *непродуктивный речевой ход*: это передача сведений о том, что Форсети «соответствует божееству племени фризов, упоминаемому Алкуином (8 в.)».

Данный речевой ход способен поставить в тупик даже относительно подготовленного адресата, которому, скорее всего, мало что, мягко говоря, известно о божеестве племени фризов — небольшой народности в пограничной между Нидерландами и Германией области, а также об Алкуине, советнике Карла Великого, богослове и философе раннего Средневековья. Наличие обеих пресуппозиций в сознании читателей проблематично, но возможностей навести соответствующие справки нет: предложение не содержит курсива, отсылающего к каким-либо дополнительным статьям.

Таким образом, на последней стадии короткого коммуникативного акта фокус смещается, и референт бесследно исчезает для *обычного* адресата: аналогия, понятная адресанту, ничего не говорит другой стороне; коммуникативный акт обрывается раньше, чем планировал его инициатор, фактически на стадии сообщения генеалогических сведений.

Кстати, незначительная угроза утраты фокуса возникает и на шаг раньше: предположив у адресата знание того, что значит «тинг», адресант фактически совершает первый непродуктивный коммуникативный ход, характеризуя Форсети в качестве *председателя тинга*. Читатель, имеющий представление о скандинавских языках (а предположить, что *каждый* читатель имеет такое представление, по меньшей мере, рискованно!), конечно, соотнесет ting с устаревшим значением «палата» и истори-

ческим значением «вече, суд» (поскольку современное значение этого слова — «парламент»: ср. Роlкейпд). Но для других читателей слово это, подлинное значение которого «народное собрание», окажется напрасно занимающей их внимание «лакуной» (пустым местом).

Впрочем, этот «грех» по сравнению с *божеством, племени фризов* все же незначителен. Конечно, и внезапная «расфокусированность» внимания адресата при получении сведений о божете племени фризов не делает коммуникативный акт неуспешным, однако легко представить себе случай, когда исчезновение референта из поля зрения на более продолжительное время способно полностью «расфокусировать» внимание адресата и даже привести коммуникативную стратегию адресанта к провалу.

Заметим, что здесь речь идет исключительно о случаях *утраты фокуса*, — случаи же, когда референт изначально *вообще* не в *фокусе*, есть случаи референцированных (а не референтных!) высказываний, т. е. принадлежат к области фатических актов (см. гл. 3, § 7).

### § 3.2. Правило стереоскопии

(Ср.: *Предмет не характеризуется односторонне, между тем как другие его стороны вообще остаются вне поля зрения.*)

Выше уже говорилось о тщетности задачи исчерпать предмет (референт) в ходе какого бы то ни было коммуникативного акта. Сфокусированность же внимания общающихся на референте в процессе коммуникации означает лишь способность постоянно держать «референт в целом» в поле зрения коммуникантов. Между тем на каждом отдельном этапе речевого взаимодействия обсуждаются лишь какие-то отдельные аспекты (стороны) референта. Какие из них делать предметом обсуждения, а какие — нет, зависит от характера коммуникативного акта, а также от потребностей собеседников. Однако,

какие бы из сторон референта ни подлежали обсуждению в данный момент, упускать из виду его прочие стороны есть показатель плохой коммуникативной стратегии.

Безусловно, собеседник с большим коммуникативным опытом в состоянии оценить важность правила стереоскопии: умение постоянно видеть предмет объемным, т. е. в единстве разных его сторон, время от времени концентрируя внимание то на одной, то на другой стороне, обеспечивает порядок в том, что мы, вслед за Аристотелем, обсудили как иерархию «иметь» (единство признаков в составе одного предмета).

Коммуникативные стратегии, которые отвечают *правилу стереоскопии*, вовсе не предполагают рассмотрения референта с каких-либо определенных (не важно — существенных или несущественных) сторон. Понятно, что пресуппозиции как набор предварительных знаний о референте обеспечивают коммуникантам всякий раз иной набор признаков референта, подлежащих обсуждению,— в зависимости от того, какие из признаков референта в данном случае не вошли в набор пресуппозиций.

Признаки эти могут быть как основными (при необходимости совместно понять *природу* референта), так и факультативными (при необходимости совместно рассмотреть какие-то *частные его свойства*). Все, что принимается, так сказать, по умолчанию, остается за рамками данного коммуникативного акта, но возможность. При желании или при необходимости воспользоваться и этими сведениями должна оставаться открытой.

Следует вообще соблюдать очень большую осторожность в том случае, когда у коммуникантов (или у одного 3 коммуникантов) возникает искушение поставить лишком жесткие рамки референту (модели типа: *это дому понятно; это к делу не относится; данный аспект проблемы вообще не подлежит обсуждению* и т. п.). При видимости соблюдения максимы релевантности результатом подобных коммуникативных стратегий является, как правило, невозможность продвигаться к коммуникативной цели. Ведь не очевидно, что представ-

ления о пути, к ней ведущем, у коммуникантов непременно совпадут. Жесткие рамки, поставленные референту (гипертрофия постулата релевантности), обычно свидетельствуют о склонности говорящего к авторитарным коммуникативным стратегиям, которые редко имеют успех.

Возвращаясь к нашему примеру с Форсети, обратим внимание на явный просчет автора статьи до линии правила стереоскопии. Поставленные соответствующему референту жесткие рамки (сосредоточенность лишь на одной, пусть и главной, функции божества — *председательстве* в народном собрании, в соответствии с этимологией имени) привели к тому, что составитель статьи счел необходимым ориентироваться лишь на, так сказать, однобокую характеристику, которая, к сожалению, не дает стереоскопического представления о Форсети.

Следование правилу стереоскопии привело бы к тому, что в статью были бы дополнительно включены, как минимум, следующие — проясняющие референт — сведения:

- референт есть внук Одина (гораздо шире известного читателю,— проблема пресуппозиций! — чем Бальдр и Нанна; к тому же такая степень родства по отношению к Одину делает Форсети действительно заметным богом, т. к. большинство прочих асов — *дети* Одина);
- референт есть один из 12 *основных* в скандинавской мифологии *богов-асов* (глухая отсылка к асам мало что добавляет к образу Форсети в пределах *данной* словарной статьи);
- референт есть участник всех событий, связанных ( асами, но персонально в соответствующих мифологических источниках упоминается редко;
- референт описан в «Младшей Эдде» ( возможной отсылкой).

Стереоскопичность как признак коммуникативной стратегии позволяет оптимально учесть особенности конкретной речевой ситуации. Так, в нашем случае ели

дование правилу стереоскопии позволило бы автору словарной статьи взглянуть на соответствующий коммуникативный акт не как на предназначенный для специалистов в области скандинавской мифологии (им и так известны приведенные в статье сведения), а как на предназначенный для тех, кто не слишком сведущ в данной области.

Только следуя правилу стереоскопичности, можно решить, какие именно из сторон референта необходимо представить в *данном*, случае, какие — можно опустить.

### § 3.3. Правило панорамы

(Ср.: *предмет не берется изолированно, вне его связи с другими предметами данной предметной группы, и с предметами, входящими в другие (смежные) предметные группы.*)

Правило панорамы есть правило создания *ближайшего контекста*. Тот факт, что референт находится в фокусе, отнюдь не означает, что в поле зрения говорящего не попадает ничего другого. «Ближайшее окружение» референта (тоже заряженное им, как уже сказано при обсуждении правила фокуса) видно менее отчетливо, но тем не менее присутствует, и обрывать эти естественные связи референта с соответствующей референтной группой и даже с близлежащими референтными группами не особенно прагматично.

Другой вопрос, что коммуниканты должны действительно хорошо представлять себе, до какой степени естественны связи, ими актуализируемые. На примере с Форсете мы уже имели возможность убедиться, о связи, естественные для адресанта, отнюдь не так естественны для адресанта, по крайней мере, некоторых из адресатов. Имеется в виду фрагмент словарной статьи, составляющий последнее предложение, т. е. «Соответствует божеству племени фризов, упоминаемому Алкуином (8 в.)».

Разумеется, в некотором смысле это и есть соблюдение правила панорамы: в качестве ближайшей референтной группы приводится то, что автор статьи действительно считает подобным основному референту, и у нас ни в коем случае нет оснований сомневаться в том, что так оно и есть. Доверие к адресанту (одному из авторов солидного издания) велико, и, если он полагает аналогию удачной, ему вполне можно поверить.

Другое дело, что у нас нет ни малейшего шанса воспользоваться этой аналогией для прояснения вопроса, связанного с Форсети. Божество племени фризов может оказаться сколько угодно хорошим примером, но оценить этого «подарка» адресат, к сожалению, не в состоянии. Положение мог бы спасти курсив, которым было бы набрано имя этого божества (отсутствующее в тексте) и который бы отсылал нас к другой словарной статье в составе той же энциклопедии (при том, что божество это, скорее всего, действительно присутствует в ней!),— при таком тактическом ходе претензий к автору было бы гораздо меньше.

И совсем не потому, что у адресата появилась бы возможность *проверить*, действительно ли хороша эта аналогия, но только и исключительно потому, что в таком случае: референт продолжал бы, во-первых, оставаться в фокусе (до конца коммуникативного акта) и, во-вторых, *предлагаемый панорамный ракурс практически ориентировал бы нас в направлении смежного референта*.

При том ходе, который нам предлагается, панорамный ракурс лишь безответственно обозначен, но взглянуть на открывающуюся смысловую перспективу нам не дано. Ситуация напоминает поездку в автобусе с непрозрачным задним стеклом, когда экскурсовод говорит нам: «Если вы обернетесь назад, то увидите на горизонте одну из самых знаменитых горных вершин мира».

Представление о смежной референтной группе в случае с Форсети, таким образом, было бы действительно сформировано, если бы:



*фризское божество* было названо по имени (при наличии отсылки к другой статье энциклопедии); *или* племя *фризов* являлось бы отсылкой к статье наподобие «мифология племени фризов» и в статье этой содержалась бы — в соответствующем месте — отсылка назад, например, «см. Форсети»); *или* при «*Алкуине*» давалась бы информация, способная, по крайней мере, ориентировать в том, какое из множества принадлежащих ему произведений — не только философских, но и богословских, а также конкретно-научных (например, учебник математики!) — имеется в виду, чтобы оставалась возможность самостоятельного исследования аналогии. Указания просто на «8 в.» явно недостаточно (может быть, указание такое даже избыточно, т. к. провоцирует паразитическую ассоциацию, в соответствии с которой «алкуинов» было больше, чем один, только жили они в разное время).

Без осуществления одной из этих акций соблюдение правила панорамы приходится оценить как сугубо формальное.

Многое при выполнении правила панорамы зависит не от того, насколько удачно найден референт в пределах той же или смежной референтных групп, а от того, **насколько легко можно воспользоваться предложенным панорамным ракурсом**. Ведь вполне мыслимы коммуникативные стратегии, когда интересующий нас референт легче прояснить с помощью далекой аналогии (не-смежной референтной группы) или с помощью вовсе даже не-анalogии (ср. известный анекдот: «Арбуз знаешь? Виноград знаешь? Так вот адва совсем на них не похожа!» — тоже, между прочим, в некотором роде информация о референте).

Может возникнуть вопрос о том, в любом ли коммуникативном акте необходимы панорамные ракурсы?

Несмотря на большой соблазн ответить на данный вопрос утвердительно, следует все-таки отметить, что обязательной рекомендации на сей счет никто не даст. По существу вопрос этот является вариацией вопроса о том, до какой степени возможно представление референта только через сам референт.

Крайним случаем такого представления является знаменитая тавтология (типа: *дети есть дети, война есть война, заграница есть заграница*), уже упоминавшаяся нами как недобрым, так и добрым словом. Строго говоря, ею одной и исчерпывается представление референта только через сам референт, ибо все прочие случаи предполагают обращение к правилу панорамы.

Любая дефиниция (включая самые сухие, такие, например, как отсылка к соответствующему роду, ср.: *воробей — птица*) предполагает большее или меньшее панорамирование с захватом смежных видов: т. е. воробей/вид (как и грач, журавль, орел <...>/виды) — птица/род, или с проекцией на референт (референты), подобный определяемому, ср.: *безработица — та же форма отдыха* (т. е. безработица подобна отдыху).

Вот почему соблюдение правила панорамы не столько необходимо, сколько практически неизбежно: вопрос только в том, *что именно* попадает в поле зрения коммуникантов при осуществлении панорамирования. Решение этого вопроса, как мы уже видели, прагматически очевидно: в поле зрения попадает (и должно попадать) то, чем действительно можно воспользоваться.

### **§ 3.4. Правило унитарности**

(Ср.: *преимущественного права на «владение предметом» в ходе коммуникативного акта не имеет ни одна из сторон.*)

Это правило предполагает разговор о равноправии коммуникантов по отношению к референту в условиях коммуникативного акта. Иными словами, ни социальный

статус коммуникантов, ни их коммуникативный опыт, ни их осведомленность о положении дел в той или иной предметной области не являются их «привилегиями». Если я приглашен к обсуждению предмета (пусть даже как пассивный слушатель), я уже тем самым обеспечиваю коммуникативному акту возможность состояться, ибо без меня — как второй стороны! — коммуникативный акт все равно не будет иметь места (модель: *без нас не начнут*).

Поэтому я в той же степени, что и инициатор коммуникативного акта, могу предъявить мои права на «разделяемый» со мной референт. И если мой собеседник склонен к авторитарным коммуникативным стратегиям, я вовсе не обязан следовать им. В конце концов, *от меня* зависит, будет ли соответствующий референт «адаптирован» (усыновлен) мною. Например, меня вполне может не устроить то, в каком виде референт (или часть референта) передается в мои руки. И тут уже второй стороне придется считаться с моими условиями, если коммуникативная цель действительно дорога собеседнику.

Практически это означает, что собеседник, «работая» референтом, обязан учесть и мои интересы, представляя, референт не так, чтобы это было удобно только ему, но еще и так, чтобы это было удобно мне. Иными словами, референт (как главная забота коммуникантов) требует от участников коммуникативного акта унитарности, т. е. *единства действий*. Как такое единство действий могло бы выглядеть, скажем, на примере Форсети? А следующим образом — автор энциклопедической статьи обязан предусмотреть, что:

- мне неизвестно понятие тинга, и я предпочел бы краткий комментарий или отсылку к другой словарной статье (*обязательное условие*);
- мне скорее известен Один, чем Бальдр и Нанна, и я предпочел бы генеалогию от Одина (*желательное условие*);
- в моем сознании нет необходимых *готовых* сведений об асах, и я предпочел бы краткую справку о них в пределах данной статьи (*желательное условие*);

- я не способен увидеть референт за последним предложением и предпочел бы краткий комментарий или отсылку (*обязательное условие*).

Не удовлетворив, по крайней мере, эти мои требования, автор энциклопедической статьи не может похвастаться тем, что он учел мое право на владение референтом в нужном мне виде и объеме, т. е. что он действовал в соответствии с правилом унитарности.

Другой пример. Если я предлагаю вниманию *неспециализированной аудитории* то учебное пособие, которое в данный момент лежит перед Вами, я обязан — в соответствии с правилом унитарности — освободить учебное пособие, по крайней мере, от таких специальных терминов, требующих серьезной лингвистической подготовки или нуждающихся в развернутых (и неостро необходимых для наших целей) комментариях, как «иллокуция», «перлокуция», «перформативы» и т. п.

Иными словами, я должен учесть возможности партнеров по коммуникативному акту и, с одной стороны, не недооценить их, с другой — не переоценить. Я обязан также позаботиться о том, чтобы любой специальный термин — из вошедших в это учебное пособие — получил необходимый комментарий. Только в этом случае я могу рассчитывать на то, что интересующий меня референт будет доставлен «потребителю» в сохранности.

К сожалению, в речевой практике более часто, чем хотелось бы, встречаются случаи, когда правило унитарности не соблюдается. Как и в случае с нарушением других правил принципа транспорта референта, несоблюдение этого правила может привести к тому, что контакт коммуникантов приобретет характер фатического акта, т. е. «как минимум» референт будет потерян в ходе коммуникации.

Для соблюдения правила унитарности я обязан, скорее, осуществить предварительную работу по оцен-

ке *собственных* пресуппозиций (решив вопрос, насколько они приемлемы и для других), а также предварительную работу по оценке *собственных* представлений о фрейме (решив вопрос, насколько они присущи моему собеседнику), чем гадать насчет пресуппозиций и представлений о фрейме, свойственных моему партнеру. Кроме того, мне, видимо, следует, как всегда, рассмотреть параметры конкретной речевой ситуации, в которую я ввергаю партнера. Скажем, каковы параметры речевой ситуации под названием «энциклопедическая статья»?

Речевая ситуация — ситуация *открытого типа* (модель: приглашаются все желающие), т. е. не рассчитана на участие исключительно специалистов в той или иной области знаний;

речевая ситуация сильно ограничена во времени, т. е. предполагает компактность «упаковки» сведений;

речевая ситуация фиксирована *на факте* (т. е. практически исключает мнения, пересказ «своими словами», слухи, догадки и т. п.);

речевая ситуация *не относится к разряду самодостаточных*: она предполагает обращение к другим речевым ситуациям (т. е. другим словарным статьям);

речевая ситуация *исключает метатекст* (т. е. оценку коммуникантами данной речевой ситуации через высказывания типа: «как уже говорилось», «подведем итог», «рассмотрим предмет с другой стороны» и т. п., поскольку они иррелевантны).

Учет этих параметров требует от адресанта и учета права адресата «не знать» референт, т. е. конкретно адресант обязан предвосхитить возможные вопросы и недоумения собеседника, а также отчетливо указать ему направления поиска нужной дополнительной информации. Соблюдение же правила унитарности будет состоять в том, чтобы не считать само собой разумеющимся то, что является само собой разумеющимся для адресанта.

### § 3.5. Правило изоморфизма

(Ср.: предметом не оперируют, искажая его внутреннюю структуру или деформируя его.)

Правило изоморфизма предполагает, что референт и его вербальный эквивалент должны находиться в отношениях соответствия друг другу.

Вопрос о том, насколько такое соответствие возможно, уже затрагивался нами, так что будем просто исходить из следующего очевидного положения: необходимо создать условия для того, чтобы предмет, представленный посредством слов, давал *по возможности* адекватное представление о реальном предмете.

Если я, сообщая, например, о каком-нибудь театральном представлении, сосредоточу свое внимание исключительно на исполнителях эпизодических ролей, ничего не сказав об исполнителях главных, я фактически искажу структуру театрального представления в моем рассказе. Безусловно, у меня могут быть на то самые разнообразные причины, и я могу ставить перед собой самые разнообразные цели (например, я намерен таким образом косвенно обозначить мое негативное отношение к исполнителям главных ролей).

Более того, эти причины и цели могут даже сколько угодно оправдывать мой избирательный интерес к исполнителям исключительно эпизодических ролей, но характеристика театрального представления (референта в данном случае) оказывается все равно объективно неполной. И, если я не найду способа каким-нибудь образом обозначить оставшуюся вне поля зрения часть театрального представления (случай полного игнорирования исполнителей главных ролей), я должен отдавать себе отчет в том, что фактически деформирую целое, отсекая от него пусть даже невысоко оцениваемую мной, но все же присущую ему часть.

Понятно, что деформация может быть и еще более грубой, т. е., приводящей к *прямому искажению* референ-

та. Так, передавая кому-нибудь информацию, базирующуюся на непроверенных слухах и на самом деле, скажем, не отвечающую реальному положению вещей, я не только вступаю в конфликт с постулатом истинности (см. гл. 3, § 2), но и совершаю «преступление» в адрес референта, не гарантируя его неискажения. Разумеется, «поправки на точность» сведений следует делать всегда, но нужно помнить и о том, что грубые искажения референта (даже если на момент взаимодействия они не приводят к провалу коммуникативной стратегии) задним числом способны аннулировать результат, достигнутый в ходе коммуникативного акта.

К счастью, пример с Форсети с которым мы работаем на протяжении анализа всех правил транспорта референта, не дает оснований упрекнуть автора соответствующей словарной статьи в сильном искажении референта, однако некий элемент деформации отметить все же можно.

Приведенная в энциклопедии формулировка («... в скандинавской мифологии бог из *асов*, разрешающий споры (председатель тинга)») способна, в частности, привести к не вполне точной ориентации адресата по поводу референта, якобы исключительно «заседающего» в тинге (вместе с другими судьями?) и осуществляющего суд (не очень понятно над кем).

Причем *деформация происходит* в следующих направлениях:

- отсутствуют принципиально важные сведения об основных функциях Форсети (бог ветра и рыбной ловли);
- искажены сведения о других основных функциях («бог, разрешающий споры (председатель тинга)», с одной стороны, и «бог закона и права» — с другой,— это все-таки довольно разные «степени ответственности»!);
- не приведены сведения о «направлении деятельности» («разрешающий споры» и «ежедневно вершащий суд над богами и людьми» суть почти противоречия!);
- не приведены сведения о резиденции Глитнир (вследствие чего Форсети воспринимается как этакий мудрец, сидящий на камне, ибо члены тингов первоначально действительно вершили суд, сидя в кругу на камнях);
- не точны сведения о значении имени («председатель» и «Праведный судья» далеко не одно и то же!).

Как видим, правило изоморфизма соблюдается лишь, мягко говоря, частично, следствием чего является только условное соответствие референта своему энциклопедическому репрезентанту. Коммуникативный акт, разумеется, не разрушается, но адресат «несколько» дезинформирован: вместо могучего бога первого плана ему предложено чуть ли не второстепенное божество.



При этом понятно, что несоблюдение правила изоморфизма в данном случае не является (и отнюдь не всегда бывает!) следствием предосудительной коммуникативной стратегии: упрекать автора энциклопедической статьи в намеренном сокрытии от нас «подлинной природы» Форсети, разумеется, было бы вполне беспочвенно.

Однако достойные коммуникативные цели, к сожалению, не всегда гарантируют изоморфизм референта его вербальному эквиваленту. Многое зависит и от того, удачно ли применительно к данной речевой ситуации избрана коммуникативная стратегия. Например, внимание автора анализируемой статьи к такому параметру соответствующей речевой ситуации, как *фиксированность на факте* (см. выше), могло бы осуществиться в том, что автор счел бы необходимым просто закавычен-но процитировать в переводе на русский язык те же самые фрагменты из общедоступных источников, приведенные выше. От такой «привязки» к источникам референт выиграл бы дважды: во-первых, было бы реализовано правило изоморфизма, во-вторых, в статье появился бы признак документальности, которой в данном случае ощутимо (ср.: «Алкуин (8 в.)») не хватает.

### § 3.6. Правило фиксирования референта

(Ср.: *в ходе разговора не происходит подмены предмета другим предметом, даже и подобным ему.*)

Данное правило гарантирует от такой коммуникативной опасности, как неконтролируемая смена темы в ходе коммуникативного акта (о том, что опасность такая действительно ощущается как реальная, свидетельствует признание Г. П. Грайса, заметившего при анализе принципа вежливости, что этот аспект релевантности представляется ему одним из наиболее трудных).

*Следует различать естественную, или необходимую, смену темы* (например, когда предыдущая «исчерпана» или когда, что бывает, к сожалению, чаще, собеседники

зашли в тупик, и т. д.) и *смену темы, происходящую неконтролируемо*. В первом случае смена темы происходит явным образом, эксплицитно. При этом партнеры по коммуникативному акту полностью отдают себе отчет в том, что тему «пора менять». Во втором случае смена темы, как правило, происходит незаметно для коммуникантов и является следствием некоего незапрограммированного «поворота» в развитии коммуникативного акта (феномен *случайной цели* и тому подобное).

Именно второй случай интересует нас применительно к правилу фиксирования референта.

Уже говорилось о том, что — даже при хорошо продуманных коммуникативных стратегиях — рассчитывать на постоянное *автоматическое* присутствие референта в коммуникативном акте все-таки нельзя. Практически любой коммуникативный акт есть живое образование и, как всякое живое образование, не всегда застрахован от метаморфоз. Поэтому предоставить референту существовать в структуре коммуникативного акта по принципу «куда кривая выведет» едва ли разумно. Внимание к поведению референта есть одна из важнейших функций коммуникантов.

Конечно, следование *правилу фокуса* (см. § 3.1) и грамотное применение прочих правил транспорта референта способны предохранить коммуникативный акт от «забвения» референта коммуникантами или от исчезновения его из поля зрения, но не способны предохранить референт от медленного перерождения.

Мутация происходит, как правило настолько постепенно, что коммуниканты долгое время продолжают быть убеждены, что обсуждается все тот же референт. Между тем подмена уже состоялась и мутация, предположим, зашла уже настолько далеко, что проделать обратный путь, к прежнему референту, становится невозможно. Осознание коммуникантами факта подмены референта сопровождается, как правило, крахом коммуникативных стратегий (модель: *начали за здравие — кончили за упокой*).

В стороне опять-таки остаются случаи с такими коммуникативными стратегиями, при которых подмена референта входит в коммуникативные намерения одного из партнеров, преследующего предосудительную коммуникативную цель. Безусловно, если подмену при подобных обстоятельствах удалось-таки незаметно осуществить, остается только поздравить говорящего с успешным завершением коммуникативного акта и выразить надежду, что «подлог» в дальнейшем никогда не будет обнаружен.

Несмотря на то что в случаях с достойными коммуникативными целями подмена референта тоже может пройти незамеченной, неудача, как правило, обнаруживается чуть позднее и к большому огорчению коммуникантов (модель: *сделать хотел утюг — слон получился вдруг*). Если, например, мой собеседник и я были уверены в том, что мы лишь предлагаем характеристику некоего социального явления, в то время как результатом наших речевых действий явилось создание пасквиля, трудно ожидать, что мы не будем разочарованы. Но, как правило, такие «открытия» делаются чуть раньше. Иными словами, уже в ходе коммуникативного акта партнеры способны ощутить происходящую подмену референта.

«Держать» референт — это все равно что «держать» фрейм, подменить же один референт другим — это все равно как, пребывая в составе фрейма «покупка» в качестве покупателя, неожиданно начать что-нибудь продавать стоящему за прилавком продавцу или, предположим, выполнять гимнастические упражнения в магазине.

Однако, к сожалению, несмотря на утрированную наглядность этих примеров, подмены референта далеко не всегда столь очевидны. Референт может подменяться референтом из той же или смежной референтной группы в результате, например, некорректного выполнения *правила панорамы*, что, в свою очередь, приводит к нарушению *правила фокуса*: из-за неправильного ракурса панорамирования в фокус попадает «близлежащий» референт, а это уже приводит к нарушению *правила фик-*

*сирования* — вместо первоначального референта фиксируется новый, и теперь собеседники находятся уже в его власти.

Показать, как действует этот механизм, нетрудно: например, при обсуждении формы демократии, закрепившейся в современной России, собеседник вспоминает традиционное определение демократии как власти народа, после чего коммуникантам не остается ничего другого, как начать разбираться с тем, как понимать «народ». «Народ» и начинает выполнять функцию референта в дальнейшем разговоре, и, когда собеседники наконец достигают согласия в том, каким образом дефинировать народ, разговор заканчивается — без осознания того, что в ходе его произошла подмена референта.

Данную подмену можно, скажем, объяснить крайней расплывчатостью понятия «демократия» (и особенно «демократы») в 90-х годах XX столетия в России, в силу чего любому собеседнику изначально понятна бесполезность разговоров на эту тему. Что касается понятия «народ», то оно, напротив, представляет собой довольно живую тему и еще не окончательно скомпрометировано (отчасти в силу смены парадигмы «народ»).

Какие стратегические ходы можно предложить во избежание подобных печальных последствий? Таковыми являются ходы, направленные на выполнение правила фиксирования референта. Правило же это предполагает не только осознание каждого речевого действия как имеющего отношение к референту, но и постоянное вербальное воспроизведение референта в тексте. Даже в той небольшой энциклопедической статье, к которой мы постоянно обращаемся, нашлось место для реализации правила фиксирования референта. Обратим внимание на то, как ведет себя референт (Форсети) в структуре текста. Он воспроизводится:

- в качестве заголовка к словарной статье («ФОРСЕТИ»),
- в качестве древнеисландского эквивалента (РогзеИ),
- в качестве перевода с древнеисландского (председатель),

в качестве наименования функции (бог),  
в качестве вида по отношению к роду (из *асов*),  
в качестве причастного оборота, конкретизирующего  
функцию (разрешающий споры),  
в качестве уточняющего наименования (председатель тинга),  
в качестве парафраза, описания (сын *Бальдра* и Наины),  
в качестве проекции (божество племени фризов).

Ясно, что такое постоянное (казалось бы, до чрезмерности!) фиксирование референта в данном случае есть не только следствие речевого мастерства автора словарной статьи, но еще и следствие жанра (энциклопедия), который обязывает к дефинитивному (определительному) способу подачи информации. В менее конвенциональных коммуникативных актах потребности в столь частом воспроизведении (фиксировании) референта обычно не возникает, к тому же там фиксация референта происходит не столь монотонно. Тем не менее, данная энциклопедическая статья в этом смысле представляет собой отличный пример демонстративного следования обсуждаемому нами правилу.

В основном выполнение правила фиксирования референта осуществляется за счет кросс-референции.

Кросс-референция (иногда в зарубежной литературе она еще называется *анафорой*) — это отсылка к ранее упомянутому, или процесс обращения к референту по мере продвижения в тексте, т. е. процесс периодического возврата к тому или иному предмету, находящемуся в поле нашего зрения/Девять упоминаний Форсети в словарной статье, продемонстрированных только что,— это и • есть девять обращений (возвратов) к нему, девять последовательных указаний на то, с каким референтом мы имеем дело. Таким образом, девять упоминаний и составляют весь процесс кросс-референции в случае с Форсети.

Кросс-референция — одно из поздних «приобретений» лингвистики (заимствованное фактически из логики), причем лингвистики текста (т. е. раздела лингвистики, изучающей не язык вообще, а только язык, зафиксированный в форме текста). Важность этого приобретения необычайно велика: обнаружив процесс кросс-референции, лингвисты тем самым обнаружили:

- что именно, *прежде всего* «держит» текст как *целое*;
- почему структура текста не распадается на части (или почему текст остается связным);
- каким образом происходит передача сведений по поводу референта.

Понятно, что знать подобные вещи совершенно необходимо всякому, кто намерен время от времени предлагать кому-либо те или иные *связные* высказывания. Поэтому описание процесса кросс-референции и занимает такое большое место в литературе по лингвистической прагматике.

В данном учебном пособии процесс этот будет описан не в той мере, в какой он представляет теоретический интерес для науки, но в той мере, в какой знанием о нем могут практически воспользоваться говорящие.

#### § 4. Кросс-референция

Выше уже было замечено, что ведущим видом референции в ходе коммуникативного акта естественным образом является идентифицирующая *референция*. Напомним, что идентифицирующая референция предполагает опознание уже знакомого предмета на каждом новом этапе коммуникации. Линейность процесса коммуникации обуславливает многократное упоминание референта: либо целиком, либо отдельной его части, либо его признака.

Ведь коммуниканты, как мы договорились, должны постоянно отдавать себе отчет в том, идет ли речь о том же самом предмете или уже о другом. Попутно движе-

ние референта в границах коммуникативного акта оказывается обогащением его новыми признаками, совокупность которых в идеале все полнее и полнее уточняет референт, делая его все более и более пригодным именно для *данной речевой ситуации*.

В некоторых исследованиях такое обогащение референта новыми признаками на разных этапах его развертывания называют референциальной историей. *Референциальная история дает возможность определить разницу между стартовыми знаниями коммуникантов о референте и их знаниями о нем на выходе из речевой ситуации.*

Кросс-референция *есть тип идентифицирующей референции*, и в этом смысле ее можно определить как идентифицирующую референцию, последовательно осуществляемую на протяжении всего коммуникативного акта и являющуюся главным средством презентации референциальной истории. Кросс-референция осуществляется за счет многократных повторов «имени» референта (*называние* есть основной способ идентификации предмета), о чем уже упоминалось в третьей главе. Повторы эти, как сказано, не следует представлять себе в качестве бесконечно воспроизводящихся одних и тех же слов: неумение варьировать отсылки к референтам всегда оценивается как прагматическая беспомощность говорящего, с одной стороны, и как неточное знание референта — с другой.

За счет чего же осуществляются повторы? За счет \* одного слова или нескольких слов, за счет предложения или (в редких случаях) группы предложений. Вот список только *некоторых средств для осуществления кросс-референции* (в скобках приведены возможные «имена» Форсети — не только те, которые представлены в энциклопедии, но и те, которые вообще могли бы быть релевантны для него):

- имена собственные (Форсети);
- ◆ имена нарицательные («Праведный судья»);
- \* именные сочетания (бог асов, председатель тинга и др.);

- местоимения (он, этот, таковой и др.);
- имена прилагательные (скандинавский, праведный, данный, лучший, вышеназванный и др.);
- числительные (первый, один <из...>);
- артикли (неактуальны для русского языка);
- предложения (Соответствует божеству племени фризов, упоминаемому Алкуином.) и т. д.

Как сказано, кросс-референция является одним из выражений правила фиксирования референта. Однако сама по себе кросс-референция не правило, это, скорее, неизбежность, с которой сталкивается каждый говорящий. Иными словами, не осуществить кросс-референции при построении коммуникативного акта невозможно. Однако возможно осуществить ее некорректно. Многие неудачи, возникающие в ходе коммуникативных актов, объясняются, например, тем, что адресату приходится гадать, какой именно из двух в данный момент присутствующих в высказывании референтов должен быть соотнесен с только что прозвучавшим, например, местоимением.

Вопрос о кросс-референции фактически ставит нас перед необходимостью продолжить разговор о проблемах языка и обратиться к последнему компоненту коммуникативного акта — коду.



## Глава 5. КОД

### § 1. Язык и код

При обращении к разным компонентам коммуникативного акта нами постоянно затрагивались (правда, весьма ограниченно, только в той степени, в какой это было необходимо для освещения других вопросов) проблемы языка, на котором, собственно, и происходит общение.

Однако, вне всякого сомнения, проблемы языка — кода — представляют собой совокупность совершенно специальных проблем, и те научные дисциплины, которые являются предметом нашего внимания в данном учебном пособии, действительно фактически изменили традиционный взгляд на язык.

Дело в том, что *параметры коммуникативного акта задают совершенно особый тип эксплуатации языка: язык, представленный здесь как совокупность речевых действий, «судится» по совершенно иным законам, чем «язык вообще».* В центре внимания оказываются те его аспекты, которые не слишком волновали традиционную лингвистику. Прежде всего, это рассмотрение языка как *системы знаков и правил, с помощью которых происходит кодирование и декодирование информации.*

Главной становится проблема общности кода для того, кто передает информацию, с одной стороны, и для того, кто этой информацией пользуется,— с другой. Принадлежность их к одному и тому же национальному языку

оказывается отнюдь не единственным условием, которое должно обеспечивать взаимопонимание. От коммуникантов требуется еще и принадлежать к одной и той же «кодовой системе». А это есть не что иное, как знание того, каким образом «упаковывается» и «распаковывается» информация в разных случаях, т. е. применительно к различным типам коммуникативных актов. Знание этих правил настолько необходимо, что человек, не имеющий представления о них, может почувствовать себя совершенно беспомощным в самых обычных ситуациях речевого общения. Например, понимание высказываний, «упакованных» следующим образом, может, с точки зрения дотошных исследователей языка, создавать известные трудности (примеры принадлежат Робин Лакофф):

May I offer you some of this brandy?

«Могу ли я предложить Вам этого бренди?» (*предложение*)

Must I offer you some of this brandy?

«Должен ли я предложить Вам этого бренди?» {*я предложение*}

I may offer you some of this brandy. «Я могу предложить Вам этого бренди», (*не предложение*)

I mast offer you some of this brandy.

«Я должен предложить Вам этого бренди», {*предложение*}

Научная литература, в частности исследования по лингвистической прагматике, изобилует примерами подобного рода, убеждающими в том, что понимание языка в условиях реального коммуникативного акта отнюдь не обеспечивается лишь *знанием языка*, но требует подключения определенной системы навыков *обращения с языком*, т. е. представлений о том, в каких случаях то или иное высказы-

вание будет обозначать, например, просьбу, а в каких — нет, или, предположим, в каких случаях высказывание является утверждением, в каких — не является и т. д. Видимо, в нашем распоряжении должен быть определенный набор свободно конвертируемых речевых «формул», пригодных для разных случаев жизни, т. е. применительно к коммуникативным актам разных типов, и, видимо, в нашу коммуникативную компетенцию должны входить правила применения этих формул в соответствующих речевых ситуациях.

В принципе — на интуитивном уровне — говорящие располагают таким набором и соответствующими правилами. Однако в помощь им современная наука предлагает описание наиболее типичных коммуникативных актов как некоторое руководство по управлению нашими, часто подсознательными, навыками.

Это научное описание предполагает обращение к некоторым общим вопросам кодирования и декодирования информации, а также к схемам часто встречающихся в речевой практике моделей коммуникативного акта.

## **§ 2. Язык и мир: механизмы приспособления**

Исследование языка как способа кодирования и декодирования информации есть чрезвычайно продуктивный аспект в рассмотрении языковых явлений. Лингвистическую прагматику, например, в этом смысле интересуют прежде всего вопросы взаимоотношений между миром реальным и «миром вербальным», т. е. между действительностью и языком. И главным среди этих вопросов является вопрос о том, до какой степени в наших высказываниях «миры» эти соответствуют друг другу (собственно аспект референции). Ведь очевидно, что сами говорящие на практике исходят из предпосылки, согласно которой, осуществляя коммуникативные акты, они тем самым осуществляют некоторую совокупность действий по отношению к реальности.

Дж. Серль, один из главных авторитетов в области теорий речевых актов, в свое время поставил вопрос о

соответствии «миров» друг другу в крайне интересную плоскость, заметив, что некоторые высказывания как бы нацелены на то, «чтобы слова ... соответствовали миру», другие высказывания «связаны с целью сделать так, чтобы мир соответствовал словам» (Дж. Серль. Классификация иллокутивных актов, с. 172). В связи с этим он приводит принадлежащий Дж. Энскомбру остроумный пример, который, видимо, имело бы смысл повторить:

*«Предположим, что некий человек идет в универсам со списком, составленным его женой, где указано, что он должен купить; в этом списке содержатся слова: «бобы, масло, бекон, хлеб». Предположим далее, что по пятам за ним все время, пока он ходит с тележкой по магазину и выбирает указанные товары, следует сыщик, который записывает все, что он берет. При выходе из магазина у покупателя и у сыщика будут идентичные списки. Но функции этих двух списков будут совершенно различны.*

*Цель того списка, который находится у покупателя, состоит в том, чтобы, так сказать, «приспособить» мир к словам; этот человек должен согласовывать свои действия со списком. Цель списка, находящегося у сыщика,— в том, чтобы «приспособить» слова к миру: сыщик должен согласовывать список с действиями покупателя. Это, в частности, сказывается на различной роли «ошибок» в этих двух случаях. Если сыщик, придя домой, неожиданно осознает, что тот человек купил свиные отбивные вместо бекона, то он сможет просто зачеркнуть слово «бекон» и записать «свиные отбивные». А вот если покупатель придет домой и его жена укажет ему, что он купил свиные отбивные, хотя ему нужно было купить бекон, то он не сможет исправить свою ошибку, зачеркнув слово «бекон» и записав вместо этого свиные отбивные».*

*(Дж. Серль, с 173)*

Соответствующий механизм Дж. Серль предложил назвать направлением приспособления и утверждал, что список сыщика характеризуется направлением приспособ-

собления «слова к миру», в то время как список покупателя характеризуется *приспособлением «мира к словам»*.

Анализ направлений приспособления был необходим Дж. Серлю для того, чтобы различать **констатации, описания, утверждения, объяснения** и проч., с одной стороны (приспособления слова к миру), и **требования, приказания, клятвы, обещания** и проч.— с другой (приспособления мира к словам).

Однако, видимо, значимость иллюстрации Дж. Эн-скомбра не исчерпывается только тем, что ее можно распространить на коммуникативные акты разного типа. Иллюстрацию эту допустимо рассматривать и в плане различий функций того, кто делает высказывание, и того, для кого это высказывание делается. Ведь, со всей очевидностью, говорящий как раз и осуществляет приспособление мира к словам, в то время как слушающий поступает прямо наоборот.

Для наших целей важно подчеркнуть, *что в распоряжении адресанта есть мир референтов, еще не облеченных в слова*. Исключения не составляют даже заранее подготовленные выступления (доклады, речи, тосты и проч.). Их особенность только в том, что момент приспособления мира к словам и момент произнесения соответствующих слов разделены во времени, а это, может быть, дает возможность осуществить процесс приспособления более качественно. *В сущности же* заранее подготовленные выступления подчинены тому же самому механизму, что и, так сказать, спонтанные.

Приспособление мира к словам, осуществляемое адресантом,— это отнюдь не остроумная метафора, но точное описание того, что именно происходит с говорящим. На элементарном уровне процесс может быть представлен так: я нахожусь в мире референтов *и вспоминаю*, «как зовут» каждого из них, Я ни в коем случае не называю и не обозначаю референты заново: во-первых, от меня этого не требуется (референты уже названы), во-вторых, условием моего взаимодействия с другими коммуникантами, с одной стороны, и моей «включенности» в мир,

с другой, является именно то, что я помню «имена вещей» (т. е. знаки, подлежащие кодированию). Если я *перестану помнить их*, мой процесс коммуникации с кем бы то ни было станет невозможным, но это не самое трагическое последствие. Действительно трагическим последствием будет то, что непосредственно вслед за миром слов мир вещей тоже фактически прекратит для меня свое существование, ибо в нем настанет хаос.

*«Средство, которое в течение нескольких месяцев помогало всем бороться с провалами в памяти, изобрел Аурелиано...»*

*Однажды ему понадобилась маленькая наковальня, на которой они обычно расплющивали металлы, и он не мог вспомнить, как она называется. Отец подсказал: «Наковальня». Аурелиано записал слово на бумажке и приклеил ее к основанию инструмента. Теперь он был уверен, что больше этого слова не забудет.*

*Ему и в голову не пришло, что случившееся было лишь первым проявлением забывчивости. Уже через несколько дней он заметил, что с трудом припоминает названия почти всех вещей в лаборатории. Тогда он приклеил к ним соответствующие ярлыки, и теперь достаточно было прочесть надпись, чтобы определить, с чем имеешь дело. Когда встревоженный отец пожаловался, что забывает даже самые волнующие впечатления детства, Аурелиано объяснил ему свой способ, и Хосе Аркадио Буэндиа ввел его в употребление сначала у себя в семье, а потом и в городе. Обмакнув в чернила кисточку, он написал каждый предмет в доме: «стол», «стулья», «часы», «дверь», «стена», «кровать», «кастрюля». Потом отправился в загон для скота и в поле и отметил там животных, птиц и растения: «корова», «козел», «свинья», «курица», «маниока», «банан».*

*Мало-помалу, изучая бесконечное многообразие забывчивости, люди поняли, что может наступить такой день, когда они, восстановив в памяти название предмета по надписи, будут не в силах вспомнить его назначение. После этого надписи усложнили.*

*Наглядное представление о том, как жители Макон-до пытались бороться с забывчивостью, дает табличка, повешенная ими на шею корове: «Это корова, ее нужно доить каждое утро, чтобы получить молоко, а молоко надо кипятить, чтобы смешать с кофе и получить кофе с молоком».*

*Вот так они и жили в постоянно ускользающей от них действительности, с помощью слова им удавалось задержать ее на короткое мгновение, но она должна была неизбежно и окончательно исчезнуть, как только забудется значение букв».*

Механизм «исчезновения референтов» из распоряжения адресатов, не знающих имен референтов (т. е. фактически потерявших связь между предметами и словами), действительно очень точно описан Габриелем Гарсия Маркесом, фрагмент из романа которого, «Сто лет одиночества», только что приведен. (Кстати, нетрудно увидеть в этом описании парафраз на витгенштейн-новскую тему: «Часто бывает полезно в наших философских студиях сказать себе; "Назвать что-то — это как бы прикрепить к некоторой вещи табличку с именем"». *Философские исследования, с. 84.*)

Отсутствие кода, с помощью которого в нашем сознании зашифрован мир, имеет, таким образом, гораздо большее значение, чем поначалу кажется. Невозможность назвать вещи по имени означает фактически невозможность узнать их, невозможность понять их назначение, воспользоваться ими, расположить себя относительно их.

То, что закодировано в языке, не есть, стало быть, только информация о мире — это сам мир, к которому в другой форме у нас доступа нет. Вот почему ответственность говорящего за то, чтобы «вспомнить слова» (и расположить их в соответствии с правилами кода), чрезвычайно велика: иначе «картина мира», передаваемая ему собеседником, не будет узнана последним, а значит, не состоится и контакта, без которого невозможен коммуникативный акт.

Однако, может быть, ответственность говорящего даже еще выше: он не только передает «картину мира», но еще и способ приобщения к ней: адресату фактически предстоит пройти тот же самый путь, только в обратном направлении.

Задача адресата — *приспособив предоставляемые в его распоряжения слова к миру, вернуться к тому же самому референту (набору референтов), который спровоцировал адресанта на произнесение слов.* Возможность же пройти тот же самый путь должен дать ему адресант.

Конечно, в таком виде описанная ситуация речевого взаимодействия есть лишь идеальный ее образ. Выше уже говорилось, что коммуниканты не только обмениваются референтом, сколько *референтом + Я*, причем в той импликации «Я» является переменной (и, как правило, довольно сильно влияет на «сумму»!). Поэтому рассчитывать на то, что адресат действительно будет способен пройти *тот же самый* путь, какой пройден адресантом, совершенно нереально. Адресат, разумеется, попадет в другую точку пространства. Важно только, чтобы эта «точка» находилась, по крайней мере, неподалеку от той области, где стартовал адресант. В этом случае взаимопонимание все еще сохраняется.

Впрочем, в условиях реального коммуникативного акта, где «навстречу друг другу» движутся две или больше коммуникативных стратегий — два или больше речевых актов, всегда остается возможным «руководство» адресатом со стороны адресанта. Говорящий будет как бы постоянно направлять слушателя, едва лишь заметив, что тот начинает уклоняться от уготованного ему пути. Однако адресанту придется предусмотреть и «сопротивление адресата», которому, в свою очередь, может казаться, что он идет правильно.

Стало быть, в распоряжении коммуникантов имеется код (*упорядоченная система знаков и правил пользования ими*) — и это то, что их объединяет. Однако пользуются они этим кодом по-разному: адресант использует код для кодирования сообщения, адресат — для декодирования того же сообщения. В принципе при схожих пресуппозии-



циях и не слишком расходящихся представлениях о фреймах обеим акциям ничто не мешало бы иметь возможность состояться, если бы не проблемы *канала связи*.

### § 3. Стереотипизация речевого опыта

Обращаясь к проблемам канала связи, мы снова попадаем «на территорию» контакта. Ибо «состояние канала связи» и есть условия контакта, в которых происходит речевое общение. Контакт же, как мы сказали, может представлять собой как акт общения, так и фатический акт. Напомним, что друг от друга они отличаются тем, каким образом в составе каждого из них высказывания соотношены с референтом (референтами), и наличием или отсутствием коммуникативной перспективы (см. гл. 3, § 7). Нарушение механизма связи с референтом, в худшем случае — утрата необходимого референта, превращает акт взаимодействия в фатический, причем цепочка событий выглядит следующим образом:

1. утрата необходимого референта  
(некорректная предметная несоотнесенность высказывания)
  
2. непонимание высказывания  
(частичное или полное)
  
3. отсутствие реакции адресата  
(либо запрограммированная реакция)
  
4. неполноценность акта общения  
(«недейственность» печатного/звучащего слова, фатический акт вместо акта общения)
  
5. отсутствие коммуникативной перспективы  
(невозможность произвести изменения в действительности)

Следовательно, способы кодирования и декодирования информации применительно к акту общения, с одной стороны, и к фатическому акту, с другой, должны различаться между собой — и отвечают за это, видимо, прежде всего, особенности «употребления языка» коммуникантами.

Отнюдь не ставя своей задачей «предохранять» коммуникантов от фатики (ее речевая полноценность для большой группы коммуникативных ситуаций уже оговаривалась выше), но стремясь лишь способствовать их сознательному выбору между актом общения, с одной стороны, и фатическим актом, с другой, зададим себе следующий вопрос: *есть ли какие-нибудь собственно языковые показатели фатики* — элементы фатического кода?

Здесь нам могут помочь классические критерии информативности, которые, как известно, таковы: *релевантность, небанальность и адекватность представления информации*. Фатика, как речевое явление, находится в сложных отношениях с ними.

Уже приходилось говорить, что фатический акт, не будучи в принципе информативным, тем не менее, информирует. Не попадая в референтную область, он, однако соотнесен с референтом по сложным схемам референцированных высказываний. В столь же сложных отношениях фатика находится и с критерием банальности/небанальности: фатическим может быть как крайне банальное высказывание, так и высказывание, напротив, резко небанальное. Например, высказывание *«Всем людям свойственно ошибаться»* (соотносимое с предельно широким кругом речевых ситуаций), с одной стороны, и высказывание *«Варкалось. Хливкие шорьки пырялись по наве»* (пример из «Алисы» — фатический текст, не соотносимый в принципе ни с какими «реальными» речевыми ситуациями).

Однако, как бы там ни было, непопадание в референтную область обуславливает неадекватность (предметному миру) высказывания с последующей его нере-

левантностью по отношению к коммуникативному акту. В языковом смысле непопадание говорящим в референтную область связано с таким явлением, как неточность словоупотребления (намеренная, как, скажем, в литературе абсурда, или случайная, как — чаще всего — в повседневной речевой практике).

Разумеется, предложить типологию неадекватных предмету форм выражения весьма и весьма трудно. Однако в большой этой группе обращает на себя внимание одна достаточно хорошо различимая подгруппа, которая вполне подда<sup>ается</sup> описанию. Имеется в виду так называемый стереотипный фонд носителей языка, «активно участвующий» в формировании «повседневных» фатических высказываний.

Стало быть, стереотипы как банальные средства выражения — подобно фатике в целом — соотнесены с коммуникативными ситуациями по довольно сложной схеме. Так, недопустимо, например, считать, что любая банальность подлежит социальному наказанию и в принципе социально наказуема или что любая банальность, наоборот, извинительна и в принципе может быть извинена. Мало того, что применительно к некоторым видам банальности вопрос так вообще не стоит, но даже те виды банальности, которые подлежат оценке, могут оцениваться весьма по-разному и в зависимости от конкретных обстоятельств, при которых они, так сказать, наблюдаются.

Речевая практика изобилует ситуациями, предполагающими банальные формы речевого поведения.

Так, например, от людей не требуется в каждом конкретном случае изобретать какие-то новые и особенно оригинальные формы приветствий или требовать от собеседников только «запрограммированных» реакций на тривиальные обращения. Многие и многие коммуникативные акты вообще могут быть решены только и исключительно тривиально — «творческий потенциал» коммуникантов способен лишь нанести таким коммуникативным актам ущерб.

Скажем, «творческие реакции» на этикетно сформулированный вопрос «Как дела?» уже перестали быть предметом внимания даже юмористов.: каждому стало наконец ясно, что, чем подробнее спрашивающий отвечает на этот вопрос, тем для него же и хуже. Не менее тщетны «творческие реакции» и во всех тех случаях, когда какой-либо вопрос сформулирован чрезмерно общо или просто безграмотно: «*В чем, по-Вашему, смысл жизни?*», «*Что Вы могли бы рассказать о себе вообще?*», «*Поделитесь, пожалуйста, Вашими творческими планами*», «*Каково лицо Вашей фирмы?*» и др. под.

Единственно приемлемые формы речевого поведения в ответ на такие вопросы — это те, которые соответствуют модели: *каков вопрос — таков ответ*. Вообще, что касается этой модели, она может действительно всерьез считаться генеральной моделью и потому заслуживает, при прагматическом подходе к ней, более чем пристального внимания. Дело в том, что вопрос есть сигнал речевой стратегии, предлагаемой нам, и, если мы действительно стремимся избежать конфликта коммуникативных стратегий, самый простой способ — принять предлагаемый нам уровень, например, банальности. Осторожность в этом смысле следует соблюдать лишь тогда, когда мы сами предлагаем собеседнику «банальный ход», особенно если собеседник отнюдь не склонен действовать «кооперативно».

Вопрос о циркуляции банальностей в социуме — чрезвычайно тонкий вопрос. Представить себе речевой акт вообще без банальностей значит проявить недюжинное воображение. Определенная «доза» банальности — всякий раз своя — содержится в любом речевом акте, потому-то и возникают такие большие трудности с типологизированием в этой области. Даже крайние случаи (банально по минимуму — баналь-

но по максимуму) не задают четких границ стереотипному фонду языка. Например, легко себе представить текст, состоящий исключительно из стереотипов, функция которых, однако, сугубо пародийная (прием «обыгрывания стереотипов», скажем, в целях речевой самохарактеристики). Такой текст легко может быть крайне «оригинальным», т. е. предельно информативным.

Стало быть, в том или ином количестве стереотипы речевого выражения представлены в любой речевой ситуации. Вопрос только в том, до какой степени они подвластны регулятивной деятельности говорящего. Иными словами, соизмеряю ли я характер отбираемых мною стереотипов речевого поведения, их количество и функции с той речевой ситуацией, в которой нахожусь? Если мой отбор — результат сознательно осуществляемого мною или, по крайней мере, контролируемого мною процесса, вероятность того, что я действую в соответствии с корректной коммуникативной стратегией, весьма высока.

К сожалению, проблема стереотипов не слишком хорошо разработана в отечественной науке. На то есть вполне объективные — исторические — причины. Отечественная наука во многом все еще автоматически сохраняет следы прошлого состояния общества, когда банальность всячески поощрялась, так сказать, на государственном уровне, поскольку именно банальность представляет собой социально безопасную языковую среду. Если мы точно знаем, чего можно ожидать от каждого члена языкового коллектива в следующую минуту, модели речевого поведения вовсе не обязаны быть творческими.

Именно в силу этих причин оказывается возможным говорить об одном речевом признаке соответствующего социума, именуемом стереотипизацией коммуникативного опыта. Под стереотипизацией коммуникативного опыта *понимается такой процент стереотипов в языковом сознании общества,*

*который превышает их критическую норму.* При превышении этой критической нормы речевое поведение индивидов в большинстве речевых ситуаций становится предсказуемым. Результатом соответствующего процесса оказывается тотальное предпочтение стереотипных форм выражения нестереотипным.

Такой результат был, например, достигнут незадолго до падения советского режима: коммуникативный опыт «некритически мыслящих индивидов» свелся к «широкому ассортименту» стереотипных форм речевого поведения на все случаи жизни. Последствия стереотипизации коммуникативного опыта, к сожалению, приходится учитывать вплоть до настоящего времени.

Стереотипные формы речевого поведения не следует путать с тем, что выше было обозначено как фреймы. Фреймы, в соответствии с предложенным выше определением, представляют собой модели, или схемы, конкретных речевых ситуаций на типологическом уровне (ситуация купли-продажи с подвидами, экзаменационная ситуация с подвидами, ситуация открытия выставки с подвидами и т. д.). Что же касается стереотипов, то стереотипы *представляют собой речевые формулы, фактически безотносительные к ситуации.* Ими можно, что называется, свободно пользоваться независимо от того, какого рода коммуникативный акт предлагается.

Скажем, такие формулы, как *«идейная направленность»*, *«верность принципам...»*, *«классовая сознательность»* и др. с успехом могли выполнять свою социальную роль в самых разнообразных речевых ситуациях. Для этих формул, по существу, вообще не важно, каково реальное «референтное наполнение» того или иного коммуникативного акта.

Общий стереотипный фонд делал излишней какую бы то ни было специализацию говорящих. Любой был вправе судить об «идейно зрелом» творчестве Горького и «идейно незрелом» творчестве Платонова, об

«упаднических тенденциях» западноевропейского искусства и «жизнеутверждающем пафосе» советского, о «духовных исканиях» русской интеллигенции и «сермяжной правде» рабочих и крестьян. Благодаря устойчивому ассортименту формул *множество речевых ситуаций оказывалось возможным рассматривать как одну и ту же речевую ситуацию* — разница была только в том, применительно к какой области социальной практики ситуацию эту следовало разворачивать. С другой стороны, освоение той или иной области человеческой деятельности фактически чуть ли не сводилось только к запоминанию некоторого количества «опорных слов» — при постоянно сохранных «общих» формулах.

Обмен стереотипами в реальной практике речевого общения создавал некий устойчивый «банальный фон», на котором и происходило речевое взаимодействие, более чем часто — фатическое.

Однако не нужно думать, будто стереотипизация речевого опыта была свойственна исключительно советской истории: в принципе справедливо утверждение, согласно которому стереотипизируется любой национальный речевой опыт — просто смена систем стереотипов происходит быстрее, чем раз в семьдесят лет. А потому естественно, что и для России настала пора, когда на смену советским стереотипам пришли стереотипы нового времени. Многие из них, кстати, уже сегодня забыты (достаточно вспомнить совершенно непопулярные ныне «перестройку», «ускорение», «гласность», *пришедшие на смену «демократическому централизму», «единодушной поддержке», «горячему одобрению»*) или замещены другими, более актуальными стереотипами.

Смена стереотипов, однако, не разрушает структуры стереотипного языкового сознания: опустевшие «ячейки» заполняются свежим материалом, но расположение «ячеек» и отношения между ними остаются прежними.

Может показаться, что из приведенных здесь соображений следует чрезвычайно негативное отношение автора к стереотипам. Между тем это отнюдь не так.

Трудно не видеть *позитивной роли стереотипов* как своего рода «контейнеров», в которых хранится информация из области человеческого речевого прошлого. Интересно, что периодически содержимое контейнеров подлежит ревизии: стереотипы извлекаются на свет — и делаются попытки «приспособить» их к новым историческим условиям. Понятно, что прежней роли они уже не играют, однако новая роль у них, как правило, появляется и характер этой новой роли практически всегда можно предсказать, если представлять себе **процесс циркуляции стереотипа в социуме**.

Стереотип (в типичных своих формах) обычно возникает как некая «находка» — чаще всего удачная или просто удобная для обозначения того или иного понятия, впервые вводимого в оборот. Образная природа стереотипа на первой стадии его существования всегда ощутима, даже если это минимальная образность, как, скажем, в случае с «новыми русскими»: данное выражение возникло как прямая аллюзия по поводу устойчивого выражения «новые люди» — носители прогрессивных идей.

Образ тотчас же *адаптируется* социумом и постепенно занимает в нем все более широкое «пространство» — до тех пор, пока не «оккупирует» речевой обиход, становясь фактически единственной возможностью обозначить совокупность соответствующих представлений.

На следующем этапе бытования образа происходит его отторжение от социума: слишком большая активность образа начинает утомлять — тут-то и возникает критическое его осмысление. Между ним и носителями языка возникает определенная дистан-



ция, которая быстро увеличивается, что ведет к *ироническому переосмыслению образа*, обыкновенно за счет «обратного прочтения» заложенной в нем информации.

Образ начинает странствия по пародийным контекстам, обрастая дополнительными — как правило, «паразитическими», то есть фактически нерелевантными по отношению к первоначальному смыслу, — ассоциациями (ср.: «*новые с иголки*» *русские*, «*новые до хруста*» *русские*, «*все еще новые*» *русские*, «*почти новые*» *русские*, «*изрядно поношенные*» *новые русские*, «*новые, но уже не свежие*» *русские*, «*старые*» *новые русские* и т. д.). Пародийные контексты создают негативный фон для восприятия соответствующего понятия — положительный заряд образа сменяется отрицательным, и недавно еще позитивная характеристика превращается в негативную (от «*новых русских*» как носителей, мягко выражаясь, сомнительных социальных тенденций до «*новых русских*» как мафии и тому подобное).

Окончательно скомпрометированное понятие, уже не имеющее смысловой перспективы, начинает рассматриваться как исторически «отработанное», т. е. как стереотип. Употреблять его далее даже в шутку становится признаком плохого тона, и на более или менее длительное время стереотип «выбывает из игры».

Дальнейшая судьба стереотипа есть незаметное превращение его в своего рода историзм — стилистически нейтральное в синхронии средство, маркирующее определенный период в истории развития общества. Отныне он представляет собой лишь приметку «давно минувших времен», и для того, чтобы понять заложенный в нем смысл, необходимо актуализировать в сознании сведения из области истории.

В режиме «stand by» (ожидания) стереотип и будет существовать до тех пор, пока какое-нибудь последующее поколение не возьмет его — как правило, слегка видоизменив, — напрокат у истории для обозначения

какого-нибудь подобного ему нового явления. На этапе реинкарнации стереотипа поведение его полностью воспроизводит старую схему.

Проверить корректность описания данного «цикла» можно на любом стереотипе, в данный момент вышедшем из употребления,— хотя бы таком, как *«враг народа»*, недавно встреченном мною, правда, на уровне заголовка в виде *«Врач народа»* или, все еще актуальном, типа; *«ростки нового»*.

При позитивном результате проверки допустимо, видимо, сделать вывод, в соответствии с которым время от времени провозглашаемая в качестве социальной задачи «борьба со стереотипами» (видимо, предполагающая в качестве перспективы «полное уничтожение» их) есть акция совершенно безнадежная. Стереотипы не умирают и не поддаются устранению из социального обихода — в качестве «контейнеров» они сохраняют социальный опыт нации, и единственное, что требуется от говорящего,— это четко представлять себе, на каком конкретно витке тот или иной из употребляемых им стереотипов находится сегодня.

В связи с проблемами фатичности установка такая может «работать» таким, например, образом.

Если — вопреки, что называется, исторической логике — мы продолжаем использовать определенный стереотип, уже совершивший путешествие по пародийным контекстам в качестве «находки», или, скажем, все еще продолжаем настаивать на том, что он может быть объектом иронии, тогда как соответствующим стереотипом уже вволю наигрались другие, естественно предположить, что мы на пути к созданию фатического контекста. Ибо любое неощущение места того или иного стереотипа в структуре современного общественного сознания создает опасность фатического его употребления. Напротив, корректное размещение стереотипа в языковой среде современности и

учет «актуальных правил игры» делает возможным продуктивное оперирование им.

Таким образом, стереотипизация речевого опыта как объективный процесс вполне поддается не только наблюдению, но и «приручению», освоению: при необходимости построить фатическую речевую ситуацию стереотипы допустимо употреблять некритически, в то время как для полноценного акта общения, безусловно, требуется учет их актуальной «социальной позиции».

К сожалению, типология стереотипов в отечественной науке до сих пор совершенно не разработана. Слово «стереотип» употребляется как синоним таким словам, как «штамп» или «клише», то есть нетерминологически. Даже отечественная лингвистическая прагматика — при всем ее внимании к «языковым конкретностям» — рассуждает *о стереотипах вообще*, словно это общее понятие не поддается никакому расчленению.

Западная наука оказалась гораздо более продуктивной в исследовании банальностей разных видов. Связано это, видимо, с тем, что во многих странах давно уже освоен такой лексикографический жанр, как словарь клише. Понятно, что потребность регистрации «отработанного речевого материала» приводит к необходимости его описания, а стало быть, и систематизации. Неудивительно, что при таком подходе оказалось возможным различать несколько видов стереотипов, например, в англоязычной лексикографической традиции присутствуют: стереотип, клише, нек. др.

Тем не менее (даже при отсутствии русскоязычного словаря клише) представления о некоторых «разрядах» или «классах» стереотипов уже можно считать

сформировавшимися. Отметим среди них, например, такие, как:

- штампы (языковые образы, утратившие образность, например, «дать зеленую улицу»);

- клише (канцеляризмы, например, «в целях дальнейшего совершенствования»)
- общие места (регулярно воспроизводимые «философские» банальности, например, «все мужчины подлецы»);
- тавтологические дефиниции (определение через повторение, например, «жизнь, есть жизнь»);
- формулы вежливости (стандартные типы этикетных выражений, например, «разрешите мне от всего сердца поблагодарить Вас»);
- банальная цитация (обращение к общеизвестным фрагментам классических и современных текстов, например, «Отечества и дым нам сладок и приятен»);
- некритически используемые «модные слова» (часто употребляемые «находки», порожденные «кумирами», например «судьбоносный»);
- стереотипные заимствования (только что введенные в национальный речевой оборот и еще не полностью привычные варваризмы, например, «парадигма», «менталитет») и некоторые другие.

Каждый их названных типов вполне поддается описанию, и остается только надеяться, что, соответствующим образом терминологически оснащенное для каждого конкретного стереотипа, описание это не замедлит появиться.

Стереотипный фонд носителей языка, как сказано,— одно из наиболее привычных средств в оформлении фатических высказываний. Однако понятно, что к нему прибегают не только те, кто стремится предложить собеседнику фатический акт. Главный вопрос, возникающий в этой связи: чем из уже готового действительно можно воспользоваться в условиях речевого взаимодействия?

#### § 4. Прагматические клише

При обсуждении самых разнообразных вопросов словосочетание «прагматическое клише» многократно употреблялось в данном учебном пособии. Иногда вмес-

то него мы прибегали к словосочетанию «речевая модель», синонимичному в некоторых контекстах «прагматическому клише». Всякий раз имелась в виду *та или иная удобная речевая формула, которой в условиях конкретного речевого взаимодействия вполне безопасно можно было бы воспользоваться*. В большинстве случаев воспользоваться этой формулой даже настоятельно рекомендовалось, что на фоне предшествующих рассуждений о стереотипах может показаться противоречием.

На самом деле имеются в виду два, в сущности неоднородных, речевых явления, видеть различие, между которыми необходимо, если мы действительно стремимся понять специфику подхода к «слову как действию».

Неоднородные явления, о которых идет речь,— это «*речевой стереотип*», с одной стороны, и «*прагматическое клише*» («речевая модель») — с другой. Несмотря на то, что соответствующие явления, может быть, хотелось бы отождествить, объективных причин для подобной операции нет. Природа этих явлений фактически противоположна.

О том, что такое стереотип, речь уже шла в предшествующем параграфе. Что касается прагматических клише, то они как раз и репрезентируют фреймы речевых ситуаций, являясь фактически знаками фреймов. Иными словами, прагматические клише — это *речевые формулы, сигнализирующие о том или ином фрейме или некоторой группе фреймов*.

Сказать, что определенный набор прагматических клише *всегда* отсылает к одному и только одному фрейму, было бы неосторожно. Несмотря на то, что в реальной речевой практике языковое сознание индивида, как правило, способно отличить один фрейм от другого, границы между различными фреймами бывают неотчетливы.

Например: действительно ли я *даю обещание* тогда, когда я *клянусь* сделать что-то,— и если я не делаю того, о чем говорил, есть ли это нарушение обещания или клятвopеcтyплeниe? Или: *рекомендую* ли я то, что хва-

лю,— и, если адресату не понравится расхваливаемое мною, имеет ли он право быть в претензии ко мне? Или еще: *делаю ли я замечание*, когда *критикую*,— и должен ли адресат исправляться или просто принять к сведению мое мнение?

Близость одних фреймов (а стало быть, и соответствующих коммуникативных актов) к другим приводит к тому, что обслуживающие их прагматические клише могут быть в ряде случаев одними и теми же или очень близкими. Казалось бы, такая «неразборчивость» прагматических клише — хотя бы тех, что соотнесены с приведенными выше речевыми ситуациями,— создает условия для превращения их в речевые стереотипы. Однако этого тем не менее не происходит: отчасти потому, что далеко не все коммуникативные клише имеют широкую сферу употребления, отчасти же именно потому, что прагматические клише маркируют фреймы (сигнализируют о фреймах). В каком отношении второе утверждение может быть важным?

Все дело в том, что *фреймы*, в отличие от пресуппозиций, как уже говорилось (см. гл. 2), *задают представление о внешних параметрах ситуации*, так сказать, о ее «жанре», и *соотнесены с метатекстовой областью речевого взаимодействия* (представлениями о том, каков характер взаимодействия). Что касается *пресуппозиций*, то они, как правило, *связаны с более глубинными, предметными, структурами речевой ситуации* (представлениями о том, каков предмет, референт) и *соотнесены, таким образом, с собственно текстовой сферой*.

В *целях* наглядности можно, видимо, даже предложить рассмотреть отношения между соответствующими понятиями в виде двух цепочек:

прагматические клише  
метатекст  
фреймы  
речевые стереотипы  
Т текст  
пресуппозиции

Скорее всего, отношения между элементами этих цепочек выглядят слишком жестко и представления о некоторых фреймах тоже способны оформляться в речевые стереотипы, в то время как некоторые пресуппозиции могут участвовать в формировании прагматических клише. В этом отношении автор склонен настаивать только на том, что *генерально* понятия разграничены допустимым образом.

А если это так, значит, причиной непревращения прагматических клише в речевые стереотипы, т. е. причиной сохранения ими смысла (в отличие опять-таки от обесмысливаемых со временем речевых стереотипов!), является именно их метатекстовая функция.

Действительно, человек, воспользовавшийся, например, прагматическим клише *я позволю себе заметить*, непременно *действительно позволит себе* это сделать и *действительно заметит*. В случае с прагматическими клише возможность злоупотребления, столь очевидная для речевых стереотипов, практически исключена: слишком уж тесна связь прагматического клише с настоящим моментом коммуникации. Ср., например, аномальность развития обозначенных ниже событий, таким образом, как это приведено в скобках:

- я, пожалуй, начну свое выступление (*тем не менее, не начиная его*);
- обратим внимание на то, что... (*на самом деле игнорируя это*)
- не могу согласиться с Вами (*но соглашаюсь*);
- я хотел бы процитировать... (*однако цитаты не при-вожу*);
- возьмем такой вопрос (*начиная говорить о другом вопросе*);
- следует подчеркнуть (*в действительности это вообще не важно*);
- вернемся к последней Вашей мысли (*возвращаясь при этом к первой*);
- как уже говорилось (*в то время как об этом не было сказано ни слова*);

- в ответ на Ваше замечание (*которое я склонен цгнорировать*);
- попробую подвести итоги (*впрочем, и пробовать не буду*) и т. д.

Приведенные примеры (а список подобных примеров может быть сколь угодно длинным), по-видимому, достаточно наглядно демонстрируют фактическую невозможность уклониться от прагматических клише, если таковые уже употреблены.

Может быть, происходит это отчасти еще и потому — обратим внимание на то, что следующее утверждение будет иметь лишь характер предположения,— что прагматические клише (маркируя фрейм) соотнесены с коммуникативной тактикой, т. е. практической стороной речевого взаимодействия, а не с коммуникативной стратегией — теоретической стороной речевого взаимодействия, которой далеко не всегда удается придерживаться.

В этом смысле заманчивым кажется считать речевые стереотипы принадлежностью коммуникативной стратегии (уровень стереотипности, заложенный в стратегической программе!), в то время как прагматические клише — принадлежностью коммуникативной тактики. При таком взгляде на элементы приведенных выше цепочек может получиться, например, что коммуникативная стратегия распространяется преимущественно на область текста, а коммуникативная тактика — на область метатекста. Однако мысль эта сулит настолько непредвиденные теоретические последствия, что развивать ее автор все-таки не осмелится.

Стало быть, *метатекстовая функция* прагматических клише (несмотря на «привязанность» некоторых из них более чем к одному фрейму) обеспечивает им верность ситуации речевого взаимодействия, т. е. согласованность с ней, в то время как собственно *текстовая функция* речевых стереотипов, напротив, не гарантирует их связи с этой ситуацией.



И, вероятно, прагматическим клише ученые во многом должны быть обязаны тем, что уже на сегодняшний день *классификация речевых актов* существует не как возможность, но как реальность, представленная в трудах представителей лингвистической прагматики, и особенно теории речевых актов.

## **§ 5. Классификация речевых актов. Пропозиции**

В этом и следующем параграфах мы будем пользоваться термином «речевой акт» вместо принятого в данной работе термина «коммуникативный акт». В принципе это меняет не так много, однако дело в том, что традиционные классификации *высказываний* предлагаются в теории речевых актов применительно соответственно *к речевым актам*. Разница между употреблением этих терминов была заблаговременно представлена в предисловии, так что следует просто вспомнить (или вновь обратиться к предисловию), каковы отличия этих двух аспектов в рассмотрении языковых явлений.

Итак, будем исходить из того, что речевые акты — при постоянно провозглашаемом исследователями принципе учета интересов адресата — в сущности, «развернуты» от адресанта, остающегося в соответствующих концепциях главным действующим лицом. Именно ему принадлежит высказывание (речевой акт), которое и подлежит классификации. Однако (из соображений, с одной стороны, педантизма, с другой — здравого смысла) мы в свое время расширим признаки соответствующих речевых актов теми дополнительными характеристиками, которые последовательно учитывают позиции *обоих участников коммуникации* в каждом конкретном случае.

Исследование особенностей кодирования и декодирования информации на естественных языках привело к тому, что в составе речевых актов были выявляе-

ны достаточно хорошо различимые группы, поддающиеся корректному описанию. В настоящее время уже трудно сказать, какая из областей научного знания больше повлияла на создание условий для дифференциации речевых актов, но, вне всякого сомнения, следует назвать хотя бы логику, теорию коммуникации, философию и особенно лингвистику, в составе которой, в частности, большое распространение получило понятие пропозиции. Не вдаваясь в историю этого понятия и опуская многочисленные его интерпретации, по поводу которых так и не достигнуто единства, дадим только самое общее определение пропозиции, необходимое для практических целей классификации речевых актов.

Легче всего представить себе, что такое пропозиция, на каких-нибудь конкретных примерах. Пусть это будут следующие высказывания:

*Я надеюсь, что Вы выучили «Илиаду» наизусть.*

*У меня есть подозрение, что Вы выучили «Илиаду» наизусть.*

*Я обеспокоен тем, что Вы выучили «Илиаду» наизусть.*

*Мне наплевать, что Вы выучили «Илиаду» наизусть.*

Несмотря на некоторую безосновательность выраженных в высказываниях состояний, состояния эти имеют место — имеет место и то, что с ними соотнесено. В данном случае нам безразлично то, до какой степени данные высказывания соответствуют «здравому смыслу», а также то, продуцирует ли все эти высказывания один безумный говорящий или четыре безумных говорящих,— сосредоточимся на двух уже обозначенных «моментах» — на том, что высказывается, и на том, *каким образом* это «что» высказывается.

То, что высказывается, стабильно: это постоянный (инвариантный) «уровень» высказывания: *Вы, выучить наизусть, «Илиада»*. Перед нами, так сказать, неизмен-

ная смысловая константа, фиксирующая некое положение дел в реальном или возможном мире {*степень реальности* данного и любого другого положения дел для нас значения не имеет: это не наша проблема, это проблема говорящего; мы не пытаемся *оценить* его высказывание — мы *анализируем* его, причем анализируем *только в одном определенном аспекте*).

То, каким образом высказывается нечто в наших примерах, представляет собой варьирующийся «уровень» высказывания, это некая смысловая переменная, которая в принципе может быть любой и выражать отношение говорящего к «сообщаемому им положению дел» (т. е. выражать разные виды модальности, характеризовать условия истинности или искренности и многое другое).

Оба «уровня» (или компонента) высказывания можно было бы, разумеется, как-то обозначить, тем более, что недостатка в соответствующей терминологии не наблюдается (наоборот, наблюдается избыток!), но для наших целей это не нужно: нам важно только понять, что такое *пропозиция*. А поймем мы это лишь тогда, когда сможем «ощутить», что каждое высказывание включает в себе «*положение дел*» плюс «*отношение к положению дел*», иначе говоря — «компонент говорящего» и «компонент мира» (повторим: не важно, реального или только воображаемого), или то-что-я-предлагаю-узнать и то-как-я-это-презентирую.

«Положение дел» (компонент мира, то-что-я-предлагаю-узнать) и есть пропозиция (от англ. proposition— предложение), т. е. *мысль, отделенная от субъекта высказывания*.

Именно в пропозиции, как следует из сказанного выше, заключена возможность референции (т. е. отнесения высказывания к миру), А стало быть, грубо говоря, понимание (декодирование), высказывания базируется на умении вычленив из него пропозицию и соотнести ее с «компонентом говорящего», с тем, каким образом он передает нам пропозицию.

Без уяснения для себя того, что есть пропозиция, невозможно понять принцип классификации высказываний — речевых актов. Ибо классификация эта как раз и строится на четком осознании области пропозиционального *содержания* высказывания, с одной стороны, и области отношения к нему говорящего (пропозициональной *установка говорящего*) — с другой. Кроме того, классификация высказываний учитывает и *отношение адресата* к тому, что ему сообщается и каким образом это сообщается.

Итак, классификация речевых актов осуществляется в зависимости от пропозиции, с одной стороны, и отношения к ней говорящего, с другой.

Данный классификационный критерий, в целом, видимо, корректный, тем не менее характеризует положение дел слишком генерально и далеко не исчерпывает *всех* факторов, которые учитываются при классификациях речевых актов, предлагаемых разными учеными. Так, просто для экспозиции возможных подходов к критериям классификации перечислим факторы, которые, с точки зрения, например, Дж. Серля, заслуживают внимания, если мы действительно стремимся получить точную классификацию.

Три главных фактора:

1. *Различия в цели данного (типа) акта.*

(«Так, смысл (или цель) приказа может быть охарактеризован как попытка добиться того, чтобы слушающий нечто сделал. Смысл (или цель) описания — в том, чтобы представить (правильно или неправильно, точно или неточно) некоторое положение вещей. Смысл (или цель) обещания — в том, чтобы взять на себя обязательство совершить нечто».)

2. *Различия в направлении приспособления между словами и миром* (см. § 1 данной главы).

(«Направление приспособления всегда является следствием... цели».)

3. *Различия в выраженных психологических состояниях.*

(«В общем случае... говорящий выражает некоторое свое отношение, состояние и т. п., касающееся... пропозиционального содержания. Заметим, что это имеет место, даже если говорящий неискренен, даже если он не имеет в действительности того убеждения, желания, намерения, не испытывает того сожаления или удовольствия, которое он выражает. Тем не менее в ходе совершения своего речевого акта он выражает некоторое убеждение, желание, намерение, сожаление или удовольствие».)

Прочие факторы:

4. *Различия в энергичности или в силе, с которой подается... цель.*

(«Предложения "Я предлагаю пойти в кино" и "Я настаиваю на том, чтобы мы пошли в кино" оба обладают одинаковой... целью, но подаваемой с различной степенью энергичности»,)

5. *Различия в статусе или положении говорящего и слушающего.*

(«Если генерал просит рядового убраться в комнате,— это, конечно, команда или приказ. Если же рядовой просит генерала убраться в комнате, то это может быть советом, предложением или просьбой,— но не приказом или командой».)

6. *Различия в соотношении с остальной частью дискурса (актуального речевого взаимодействия.— Е. К.).*

(«В дополнение к простому утверждению некоторого суждения можно делать это утверждение в порядке возражения по поводу того, что было кем-то ранее сказано, в порядке ответа на ранее высказанное положение, в порядке вывода этого утверждения из некоторых очевидных предпосылок и т. п.» [ср. прагматические клише.— Е. К.]).

7. *Различия в том способе, которым высказывание соотносено с интересами говорящего и слушающего.*

(«Рассмотрим, например, различия между похвальбой и жалобами, между поздравлениями и выражением

сочувствия. В этих двух парах видно различие между тем, что не в интересах говорящего или слушающего соответственно».)

8. *Различия в пропозициональном содержании, определяемые на основании [речевой интенсивности.— Е. К.).*

(«Различие, скажем, между сообщением и предсказанием связано с тем обстоятельством, что предсказание должно делаться о будущем, а сообщение может быть о прошедшем или настоящем».)

9. *Различия между теми актами, которые всегда должны быть речевыми актами, и теми, которые могут осуществляться как речевыми, так и неречевыми средствами.*

(«Например, можно расклассифицировать объекты, сказав: "Я отношу это к классу А, а это — к классу В". Но вовсе не обязательно что-либо говорить, классифицируя предметы; можно просто сложить все предметы типа А в коробку для А и все предметы типа В в коробку для В».)

10. *Различия между теми актами, которые требуют для своего осуществления внеязыковых установлений, и теми, которые их не требуют.*

(«Так, для того, чтобы благословить, отлучить (от церкви), окрестить, объявить виновным, объявить игрока вне игры, объявить игру «без козыря» (в картах) или объявить войну,— для всего этого недостаточно, чтобы произвольный говорящий сказал произвольному слушающему фразу "Благословляю", "Отлучаю" и т. п. Нужно еще, чтобы человек занимал некоторое положение в рамках некоторого установления внеязыкового порядка, <...> Для того чтобы сообщить, что идет дождь, или пообещать навестить Вас, мне достаточно только соблюдать правила языка. Никаких внеязыковых установлений не требуется».)

11. *Различия между теми актами [в которых предполагается или не предполагается употребление некоторых специальных глаголов.— Е.К.].*

(«... например, "утверждать", "обещать", "приказывать", "заключать". Но нельзя совершить актов, скажем,

похвальбы или угрозы, сказав: "Настоящим я хвалюсь" или "Настоящим я угрожаю"»,)

*12. Различия в стиле осуществления... актов.*

(«Так, различия между оглашением и сообщением по секрету...— только в стиле осуществления...»)

(Дж. Серль, с. 172— 177)

Разумеется, представлять себе в каждом конкретном случае все факторы, названные Дж. Серлем, отнюдь не требуется — и фрагмент *ego* рассуждений приведен отнюдь не для этого. Однако знать, что классификация речевых актов учитывает множество самых разнообразных моментов, видимо, нелишне.

Результатом анализа речевых актов во всех этих направлениях и стал перечень речевых актов, на который можно ориентироваться коммуникантам, выбирая необходимый тип коммуникативной стратегии. Перечень приводимых здесь речевых актов не полон и дается, главным образом, для ориентации. Однако кому-то он действительно может оказать и практическую помощь.

Среди речевых актов различаются следующие основные группы (классификация Дж. Серля).

**Репрезентативы** — *информативные речевые акты, или сообщения.*

В ходе этих речевых актов происходит представление собеседнику тех или иных событий, предметов или явлений. Особенность репрезентативов в том, что обслуживающие (кодирующие) их типичные прагматические клише («нейтральные» — *я сообщаю, я ставлю в известность, я информирую, я довожу до сведения; «осторожные» — я предполагаю, мне кажется; «демонстративные» — я утверждаю, я постулирую, я подчеркиваю и мн, др.*) свидетельствуют о намерении говорящего передать слушающему определенную совокупность сведений и взять на себя ответственность за их истинность.

Например, высказывая репрезентатив типа: «*Чем меньше женщину мы любим, тем легче нравимся мы ей*», я должен быть готов к претензии в мой адрес со стороны какого-нибудь мужчины, который, избив женщину до полусмерти, наоборот, перестал ей нравиться.

Директивы — *предписывающие речевые акты*.

Осуществляя их, говорящий фактически побуждает (заставляет, вынуждает) адресата к совершению (или не совершению) чего-либо. Типичные прагматические клише лежат в границах между *я приказываю, я требую, я настаиваю*, с одной стороны, и *я прошу, я умоляю, я заклинаю*, с другой.

Специфика директив заключается в том, что они обязывают собеседника принять во внимание желания или потребности говорящего.

Скажем, производя на свет директиву типа «*Руки вверх!*» (разумеется, при наличии у меня оружия), я могу быть достаточно твердо убежден в том, что адресат не примется сразу же после моих слов завязывать развязавшийся шнурок на ботинке. Впрочем, оружия при мне может не оказаться — тогда строить какие-то определенные планы на счет адресата лучше не стоит.

Комиссивы — *речевые акты принятия обязательств*.

Чтобы избежать отождествления их с директивами, будем считать, что комиссивы, в отличие от директив, направленных на собеседника, направлены на самого говорящего. Релевантные прагматические клише — *я обещаю, я клянусь, я обязуюсь, я присягаю* и др. под.

Так же как и директивы, комиссивы не всегда гарантируют следование предполагаемой линии поведения. Например, присяга, в соответствии с которой я обязуюсь защищать родину до последней капли крови, может оказаться физически неосуществимой (если силы, скажем, оставят меня несколько раньше).



Экспрессивы — *речевые акты, выражающие психологические состояния.*

Их сущность в том, что они обозначают истинные (или предполагающиеся в соответствии с речевой ситуацией) эмоции говорящего, направленные на адресата. Если экспрессивы выражают не только эмоции, но и вообще отношение адресата к ситуации взаимодействия, они, в соответствии с терминологией Дж. Остина, могут иметь «шокирующее название» (Остин) бехабитивы. Классические прагматические клише — *я сожалею, я прошу прощения, я поздравляю, я соболезную* и мн. др.

Характерная черта экспрессивов — пропозиция, непременно соотношенная со сферой хотя бы одного из коммуникантов. Так что, если я выражаю Вам соболезнование по поводу смерти Патрокла, я против воли намекаю на Ваш более чем почтенный возраст.

Особый класс речевых актов образует группа, состав и название которой варьируются у разных исследователей. Образуют ее, как правило, речевые акты, характеризующиеся тем, что каждый из них связан с некими внеязыковыми установлениями. Дж. Серль называет их «декларациями». В терминологии Дж. Остина это отчасти «экзерситивы», определяемые как речевые акты, связанные с проявлением влияния и осуществлением власти, отчасти «вердиктивы» — связанные с вынесением оценок и т. д.

Независимо от того, какое название им приписывается, основная их функция — *языково оформлять разные типы социальных конвенций.* Поэтому прагматические клише, адекватно представляющие их, это — *я объявляю* (=> войну; собрание открытым; вас мужем и женой и т. д.), *я отлучаю* (=> Вас от церкви), *я нарекаю* (=> это судно) и т. д.

Вот хороший пример, приводимый в курсе лекций Дж. Остина по поводу таких регламентированных конвенциями речевых актов (общая предпосылка сформу-

лирована здесь так: «Конкретные лица и обстоятельства должны быть пригодны для обращения именно к данной конкретной процедуре»):

*«Предположим <...>, что я вижу судно на стапеле, подхожу, разбиваю о нос судна висящую там бутылку с шампанским, заявляю: «Я нарекаю этот корабль «Мистер де Голль» — и вдобавок выбиваю подпорку. Но беда в том, что я не отношусь к лицам, имеющим право крестить корабль (независимо от того, предназначалось ли этому кораблю имя «Мистер де Голль» — это уже дополнительная сложность. Если это правильное имя, ситуация становится еще постыднее).*

*Мы пришли к согласию, что:*

*(1) корабль не был назван,*

*(2) имел место крайне постыдный поступок.*

*Можно считать, что я «осуществил нечто вроде» крещения корабля, но мое «действие» оказалось «недействительным», или «безрезультатным», потому что я не то лицо, которое было вправе осуществлять такое действие.»*

*(Дж. Остин. Слово как действие, с. 38)*

Таким образом, речевые акты этой группы предполагают некое, определенным образом существующее в качестве социального регламента, положение вещей, на которое и следует ориентироваться собеседникам.

Для каждого типа обозначенных выше речевых актов — на пути «преобразования» их в коммуникативные — можно предложить некоторый набор дополнительных предварительных условий, делающих соответствующий коммуникативный акт возможным. Несмотря на то что называемые условия могут показаться условиями, общими для коммуникативных актов всех типов, все же наиболее точно их набор характеризует каждый из типов в отдельности.

Так, социальные роли коммуникантов не играют решающей роли в случае с репрезентативами, равно как условие искренности не является непременным условием экспрессивов, способность адресанта представить себе возможности адресата нерелевантна для комиссивов.

**Общее же правило** здесь допустимо сформулировать так: *вступая в тот или иной акт речевого взаимодействия, следует учесть специальные условия коммуникации, заданные типом коммуникативного акта.*

**Для репрезентативов:**

- способность адресанта оценить имеющиеся в его распоряжении сведения:

- 1) с точки зрения их значимости,
- 2) с точки зрения их релевантности;

- готовность адресата принять сведения. (При нарушении обоих правил:

*я вбегаю на заседание Думы с информацией о том, что у меня сгорела яичница.)* **Для директивов:**

- единство коммуникантов во взгляде на:

- 1) социальные роли друг друга,
- 2) уровень конвенциональности ситуаций;

- способность адресанта представить себе возможности адресата;

- способность адресата осознать мотивы адресанта. (При нарушении трех правил:

*я приказываю моему случайно встреченному на улице начальнику съесть пробегающего мимо кота.)* **Для комиссивов:**

**КОМИССИВОВ:**

- наличие у адресата заинтересованности или потребности в действии адресанта;

- способность адресанта трезво оценить свои возможности.

(При нарушении обоих правил:

*я клянусь вагоновожатому никогда больше не носить обуви.)*

Для экспрессивов:

- единство коммуникантов в оценке конвенции;
- единство коммуникантов в соответствии данной конвенции случаю.

(При нарушении обоих правил:

*наступив на ногу пассажиру, я поздравляю его с вручением Бродскому Нобелевской премии.)*

Для деклараций (вердиктивов и проч.):

- единство коммуникантов в оценке конвенции;
- единство коммуникантов в оценке пригодности данной конвенции случаю;
- единство коммуникантов в оценке друг друга в качестве лиц, полномочных осуществить данную конвенцию.

(При нарушении всех трех правил: *выбегая во время матча на футбольное поле, я приговариваю нападающего к смертной казни.)*"

## § 6. Косвенные речевые акты

Как мы помним, главная проблема, связанная с кодом как компонентом коммуникативного акта, есть проблема определения значения высказывания применительно к данной, конкретной, речевой ситуации. А в том, *что значение высказывания как такового* может сколько угодно сильно отличаться от значения того же высказывания применительно к той или иной речевой ситуации, легко убедиться — хотя бы на материале анализа следующих вопросов, которые мы и рассмотрим предварительно в качестве примеров:

*Вас не затруднит напомнить мне его телефон?*

Значение данного вопроса как такового сводится к выяснению того, будет ли адресат испытывать какие-либо трудности в случае необходимости сооб-

щить адресанту номер нужного телефона. При такой трактовке могут подразумеваться следующие подвопросы:

*Помните ли Вы нужный телефон наизусть?*

*Не придется ли Вам в противном случае доставать записную книжку и отыскивать номер?*

*Не придется ли Вам в противном случае идти в другую комнату, где, предположим, лежит записная книжка?*

*Не придется ли Вам в противном случае обращаться к телефонному справочнику или к кому-то из знакомых?*

*Можете ли Вы оторваться от того дела, которым сейчас заняты?*

*В настроении ли Вы в принципе в данный момент взаимодействовать со мной?*

*Не мешает ли Вам что-нибудь еще оказать мне эту услугу?  
и т. п.*

Подвопросы эти актуальны только в том случае, если мы рассматриваем основной вопрос в качестве *вопроса*, каковым он является с точки зрения языка. Потому что с точки зрения кода (т. е. языка, употребляющегося в речевой ситуации) это вообще не вопрос. Если *покомпонентно* представить себе речевую ситуацию, в которой звучит это высказывание (т. е. если представить себе того, кто делает высказывание; того, кому адресовано высказывание; то, по поводу чего делается высказывание, а также — виртуально — то, при каких обстоятельствах делается это высказывание), становится очевидным: перед нами не вопрос, а просьба. По поводу этой просьбы, повторим, опять-таки в *реальной* речевой ситуации не существует, в общем-то, никаких подвопросов, и подлинное содержание высказывания можно обозначить так:

*Дайте мне, пожалуйста, его телефон.*

Возьмем высказывание другого типа:

*Я вынужден напомнить тебе его телефон.*

Данное высказывание — рассмотренное вне конкретной ситуации речевого общения — означает, что какие-то особые обстоятельства в жизни говорящего (скорее всего, некоторое давление извне) заставляют его назвать номер телефона третьего лица адресату. Объяснения, которые здесь могут подразумеваться, должны выглядеть, скорее всего, так:

*Ты неоднократно записывал (или пытался запомнить) этот телефон, но так и не знаешь его.*

*Ты опять (в который раз) забыл известный тебе номер телефона.*

*Ты ведешь себя как человек, собирающийся позвонить третьему лицу, телефона которого у тебя нет.*

*Ты долго, но безуспешно листаешь в моем присутствии записную книжку в поисках (известного мне) телефона, но не можешь его найти.*

*Яне хочу называть тебе номер чьего-либо телефона, но ты уже утомил меня своими просьбами, и у меня больше нет сил бороться с твоей настойчивостью.*

*Все окружающие упрашивают меня сообщить тебе номер его телефона, и я сдаюсь под их натиском.*

Между тем опять же в реальной речевой ситуации основное высказывание может не иметь ни одного из этих смыслов, а просто представлять собой *требование говорящего позвонить адресату* и быть эквивалентным, например, высказыванию:

*Тебе следует ему позвонить.*

И последний пример:

*Телефон его ты, конечно, помнишь — 111 12 13!*

При абстрактных речевых обстоятельствах высказывание это означает, что говорящий уверен в том, что ад-

ресат помнит называемый ему номер телефона. Иными словами, могут предполагаться следующие смыслы:

*Что касается этого телефона (...), то ты его, разумеется, не забыл.*

*Я уверен, что тебе хорошо известен именно этот номер его телефона.*

*Было бы удивительно, если бы ты забыл такой простой номер телефона.*

*Яне сомневаюсь, что тебе известен номер его телефона, — я, кстати, тоже его знаю.*

*Разумеется, мне ни к чему напоминать тебе этот вот номер (...)*

*и т. д.*

Однако легко представить себе речевую ситуацию, в которой соответствующее восклицание означает:

*Ты, вне всякого сомнения, не знаешь номера его телефона — так что сообщай (...).*

Все три приведенных примера демонстрируют, насколько далеко реальные (ситуативно обусловленные) значения языковых единиц могут отстоять от тех значений, которые вообще в языке приписываются им. А это говорит о том, что в распоряжении говорящих *должно быть нечто*, на что можно опираться при кодировании и декодировании сведений. Ведь иначе, пользуясь только собственно языковыми значениями соответствующих высказываний и даже будучи знакомыми (пусть и интуитивно!) с основными классами речевых актов, коммуниканты могли бы оказаться совершенно дезориентированными даже в самых простых ситуациях речевого общения!

*Эти сведения, необходимые для интерпретации подразумеваемых смыслов в целом, были систематизированы Г. П. Грайсом. Вот они:*

- *«... слушающий опирается на следующую информацию:*
- *конвенциональное значение использованных слов и знание всех их референтов;*

- *Принцип Кооперации и постулаты; •контекст высказывания — как лингвистический, так и любой другой;*
- *прочие фоновые знания;*
- *тот факт (или допущение), что вся указанная выше релевантная информация доступна для обоих участников коммуникации и что они оба знают или предполагают, что это так».*

*(Г. П. Грайс. Логика и речевое общение, с. 227)*

Может быть, для того, чтобы подчеркнуть, что речь идет в принципе о некоторых намеренных нарушениях принципа кооперации, следовало бы добавить ко второму пункту: «... а также типичные способы нарушения принципа кооперации».

Приведем также общую рекомендацию Грайса, касающуюся «вывода» того, что подразумевается: «... это вычисление тех компонентов смысла, существование которых следует предположить, чтобы сохранить презумпцию соблюдения Принципа Кооперации».

*(Г. П. Грайс. Логика и речевое общение, с. 237)*

Растерянность коммуниканта, которому подсовывают лишь абстрактные — внеситуативные — значения языковых единиц, иллюстрирует, например, поведение Алисы во время «Безумного чаепития»:

— *Выпей еще чаю,* — сказал *Мартовский Заяц,* наклоняясь к *Алисе.*

— *Еще?* — переспросила *Алиса* с обидой. — *Я пока ничего не пила.*

— *Больше чаю она не желает,* — произнес *Мартовский Заяц* в пространство.

— *Ты, верно, хочешь сказать, что меньше чаю она не желает: гораздо легче выпить больше, а не меньше, чем ничего,* — сказал *Болванщик.*



Однако, в отличие от Кэрролла, говорящие (кроме особых, редких, случаев) подобных «придинок» к языку не делают и — в отличие от Алисы — похоже, не испытывают больших затруднений, когда им приходится кодировать и декодировать ситуативно обусловленные значения.

Как же происходит процесс чтения кода? Почему все-таки возможны адекватные реакции адресата на речевые сигналы, посылаемые адресантом?

Ответы на эти вопросы заставляют нас обратиться к функциям речевых актов в составе соответствующих им коммуникативных актов. Именно осознание функций речевых актов обеспечивает понимание речевых ситуаций коммуникантами, что включает в себя выявление цели высказывания, способов ее достижения, уровня интенсивности в обозначении этой <sup>4</sup> цели, характера пресуппозиций, учета личного фактора и т. д.

Понятно, что ориентироваться только на пропозициональное содержание высказывания далеко не всегда бывает возможным, поскольку одни и те же пропозиции могут обслуживать различные речевые акты. Вот только несколько примеров по этому поводу:

- *Попробуйте открыть эту книгу.*

(Возможные речевые акты с соответствующим пропозициональным содержанием: *просьба, совет, разрешение, требование, побуждение, инструкция, угроза* и др.)

- *Я не могу запереть дверь.*

(Возможные речевые акты с соответствующим пропозициональным содержанием: *сообщение, предостережение, упрек, просьба [помочь запереть], отрицание, возражение* и др.)

- *Вы всегда так заняты?*

(Возможные речевые акты с соответствующим пропозициональным содержанием: *вопрос, предположение, замечание, упрек, побуждение* и др.)

С другой стороны, можно привести и примеры пропозиций, которые нормально не включаются в некоторые типы речевых актов:

- *Становится холоднее.*

(Невозможные речевые акты с таким пропозициональным содержанием: *просьба, разрешение, запрет, требование, поручение, совет, назначение на должность* и др.)

- *Давайте встретимся в шесть утра.* (Невозможные речевые акты с таким пропозициональным содержанием: *упрек, извинение, поздравление, соболезнование, запрет, отрицание* и др.)

- *Вы мне мешаете.*

(Невозможные речевые акты с таким пропозициональным содержанием: *поручение, вопрос, разрешение, предсказание, благословение, извинение* и др.)

Примеры обеих групп демонстрируют, что *пропозициональное содержание задает высказыванию лишь некоторое направление, определяя фактически, в какую сторону обычно может, а в какую обычно не может двигаться соответствующая речевая ситуация.* Остальное достраивают параметры конкретного коммуникативного акта, в соответствии с которыми и выбирается нужная коммуникативная стратегия, реализуемая как совокупность тактических шагов. Посмотрим на описание хотя бы одной из тактик:

(1) Студент X: Давай пойдем в кино вечером.

(2) Студент Y: Я должен готовиться к экзамену.

<...> Высказывание (2) в данном контексте, как правило, представляет собой отклонение предложения пойти в кино, однако отнюдь не в силу своего непосредственного значения. По своему непосредственному значению оно является простым утверждением о том, что должен делать Y. Фразы этого типа в общем случае не означают отклонения предложения сделать нечто — даже в тех случаях, когда они высказываются в ответ на

клонения предложения. Тогда встает следующий вопрос: «Каким образом X понимает, что данное высказывание представляет собой отклонение его предложения сделать нечто?» Этот вопрос представляет часть другого вопроса: «Как обеспечивается возможность для У подразумевать или иметь в виду, что высказывание (2) является отклонением предложения?»

Последовательность шагов... (В нормальной ситуации речевого общения никто, разумеется, не проходит сознательно через последовательность шагов, включенных в данное рассуждение.)

*Шаг 1:* Я сделал некоторое предложение У, и в ответ на это он высказал утверждение, состоящее в том, что он должен готовиться к экзамену (факты, касающиеся данного диалога).

*Шаг 2:* Я предполагаю, что в рамках данного диалога У ведет себя по законам взаимодействия и что, следовательно, его реплика задумана как релевантная (принципы кооперации в речевом общении).

*Шаг 3:* Релевантный ответ должен быть одного из следующих типов: принятие предложения, отклонение предложения, встречное предложение, обсуждение предложения и т. п. (теория речевых актов).

*Шаг 4:* Однако буквальное высказывание У не принадлежит ни к одному из этих типов и, таким образом, не является релевантным ответом (умозаключение на основе *Шагов 1 и 3*).

*Шаг 5:* Следовательно, он, вероятно, подразумевает нечто большее, чем он непосредственно высказал. В силу предположения о том, что его реплика релевантна, получаем, что его первичная... цель должна отличаться от его буквальной... цели (умозаключение на основе *Шагов 2 и 4*).

Этот шаг имеет решающий характер. Если слушатель не придерживается некоторой стратегии построения умозаключений для установления того, когда первичные... цели отличаются от буквальных... целей, то у него нет средства для понимания косвенных... актов.

*Шаг 6:* Я знаю, что подготовка к экзамену обычно занимает значительное время в пределах одного вечера, и я знаю, что посещение кинотеатра также занимает значительное время в пределах одного вечера (фактологическая фоновая информация).

*Шаг 7:* Следовательно, он, по-видимому, не может и идти в кино, и готовиться к экзамену в пределах одного вечера (умозаключение на основе *Шага 6*).

*Шаг 8:* Подготовительное условие для принятия некоторого предложения... состоит в способности осуществить акт, предизируемый в условии пропозиционального содержания (теория речевых актов).

*Шаг 9:* Следовательно, я знаю, что он сказал нечто, из чего вытекает, что он, вероятно, не может принять мое предложение (умозаключение на основе *Шагов 1, 7 и 8*).

*Шаг 10:* Следовательно, его первичная... цель состоит, вероятно, в отклонении предложения (умозаключение на основе *Шагов 5 и 9*).

Может показаться излишним, педантизмом представление данного процесса в виде последовательности указанных десяти шагов, однако мне представляется, что описание этого примера еще не доведено до конца — ведь я не касался, скажем, роли предположения об искренности или условий *селепз рапъиз* (условий выбора очередного заключения в ситуации, где все компоненты имеют равный статус), которые могут действовать на разных шагах. Следует отметить также, что последнее умозаключение носит вероятностный характер. Ведь ответ У вовсе не обязательно означает непременно отклонение предложения Х. Эту реплику У мог бы дополнить следующим образом:

— Я должен готовиться к экзамену, но все же давай пойдем в кино.

— Я должен готовиться к экзамену, но я займусь этим, когда мы придем из кино.

Стратегия построения умозаключений состоит, во-первых, в установлении того факта, что первичная... цель отклоняется от буквальной цели, и, во-вторых, в выявлении самого содержания первичной... цели» (Дж. Серль, с. 198—200).

Эта пространная цитата приведена для того, чтобы показать всю сложность процесса декодирования *обычного* высказывания — даже такого, которое сам Дж. Серль квалифицирует как «типовой пример». Между тем Дж. Серль совершенно прав, когда указывает, что громоздкую эту операцию адресат проводит подсознательно. Происходит это в силу наличия у любого адресата навыков «чтения кода» — как прежде всего *привычки* к тому, что зачастую на « типовые » значения языковых единиц в реальных процессах коммуникации ориентироваться можно только условно. Нередко случается так, что значение соответствующих языковых единиц — для успешного развития коммуникации — вообще лучше всего «отменить». Бывает это тогда, когда говорящим используется та или иная косвенная речевая стратегия.

К обсуждению косвенных речевых стратегий было обещано вернуться, когда речь шла об особенностях контакта применительно к ряду речевых актов. Теперь для их обсуждения у нас уже, видимо, есть необходимый запас теоретических сведений.

Обратимся еще раз к Дж. Серлю, признанному авторитету в исследовании косвенных речевых актов:

*«К простейшим случаям выражения значения в языке относятся такие, при которых говорящий, произнося некоторое предложение, имеет в виду ровно и буквально то, что он говорит. В таких случаях происходит следующее: говорящий стремится оказать определенное... воздействие на слушающего; он стремится сделать*

ния на форму сообщения.) К сожалению, более Удачного — и, может быть, более красноречивого — названия для этих тенденций, чем рафинирование языка, подобрать не удалось, но описать их, может быть, и удастся, несмотря на то, что подобные тенденции не часто бывают предметом научного лингвистического (в отличие от литературоведческого и — шире — искусствоведческого) описания.

Я не очень уверен в том, что тенденции, о которых идет речь (тенденции «рафинирования» языка) *и на сей раз* следует объяснять только концом века, поскольку очень может быть, что соответствующие тенденции имеют более глобальный характер и представляют собой следствие некоторого, условно говоря, «переразвития» языка.

Имеется в виду то, что язык, как кажется, *все дальше уходит от прямых форм выражения* (велик соблазн сказать — от предметного мира, от референтов), совершенствуя систему условных «сигналов», непосредственно не связанных со значением составляющих его единиц. Эти тенденции *рафинирования языка* можно характеризовать также и через фигурализацию средств выражения (ср. процессы, происходящие в современной терминологии, в соответствии с которыми термины даже для точных наук выбираются из состава общеизвестных слов, которым придается, например, метафорическое значение).

Во всяком случае, прямые формы речевого поведения со всей отчетливостью перестают быть *самыми* эффективными — и призыв «называть вещи своими именами» все чаще заставляет задуматься о том, а знаем ли мы подлинные имена вещей. (Отсюда, в частности, столь высока популярность логико-философской концепции Л. Витгенштейна, переживающей в наши дни второе рождение.) Более того, все, что формулируется слишком «в лоб», едва ли не рискует в настоящее время подвергнуться социальному осуждению, поэтому реальные коммуника-

тивные акты становятся все более, так сказать, осторожными и, видимо, все более этикетными (не столько даже в смысле вежливости, сколько в смысле соблюдения правил общепринятых процедур). А это, в свою очередь, сильно поднимает престиж косвенных форм речевого взаимодействия.

На приводимых ниже простых примерах наиболее типичных «речевых формул» можно легко убедиться в том, что это именно так: читатель без труда установит, какая из двух конструкций в составе соответствующих пар более предпочтительна:

- Рекомендуйте меня ему, пожалуйста.

Не могли бы Вы рекомендовать меня ему?

- Встретимся завтра.

Хорошо, если бы у нас получилось встретиться завтра.

- Я хочу закрыть окно.

Вы не возражаете, если я закрою окно?

- Вы ошибаетесь.

Вы уверены в том, что это лучшее решение?

- Дайте мне займы, пожалуйста.

У Вас нет сейчас свободных денег?

- Учтите это.

Вам бы следовало иметь это в виду.

Современной науке о речевых действиях, много занимавшейся анализом подобных параллелей, принадлежит и заслуживающее большого внимания наблюдение, в соответствии с которым именно косвенные формы речевого выражения наиболее подвержены конвенциализации, т. е. превращению в прагматические клише. Оно и понятно: любой код действует только тогда, когда по поводу его элементов и правил их употребления существует некий уговор, позволяющий приписывать элементам кода иные значения, нежели общеизвестные.

(Кстати, весьма остроумно критикует такой подход к языку Алиса Дэйвисон:

*«Несомненно наличие некоторой регулярной связи между значением предложения Can you do me a III*

*Ты не можешь меня подбросить?» и просьбой, выражаемой соответствующим высказыванием. Подобной связи не наблюдается, например в том случае, когда на основе тайного кода фраза ? i own an Airedale «У меня есть эрдельтерьер» означает «Встречаемся за углом».*  
(Алиса Дэйвисон, с. 236)

Тем не менее, внимание ученых, концепции которых легли в основу этого учебного пособия, продолжают привлекать правила кодировки языковых единиц, которые сами по себе — вне их роли в составе речевого акта представляются этим ученым не слишком интересными.

И применительно к косвенным речевым актам поведение в них языковых единиц в общих чертах описывается следующим образом.

- Языковые единицы в косвенных речевых актах, как правило не выражают тех же самых значений, которые выражаются ими в других случаях.
- Типы смещения значения языковых единиц применительно к одним и тем же речевым актам регулярны.
- Типы смещения значения языковых единиц в составе косвенных речевых актов поддаются описанию: обычно значения с указаниями на подлинную коммуникативную деталь смещаются в область модальных средств языка И апеллируют к таким понятийным полям, как: возможность, желательность, необходимость причинность и т. д.  
(например: *могу ли я хотелось бы, Вам следует, не лучше ли...* и т.д. Ср: Предложить Вам сигарету? — Спасибо, лучше сразу задушите!).
- Языковые средства в косвенных речевых актах часто конвенциализируются превращаясь в прагматичес



кие клише, Конвенциализированные формы легко проверяются на степень конвенциализации главным образом с помощью отрицательных контекстов. Если отрицательный контекст с указанием подлинной коммуникативной цели говорящего не может появиться рядом с «проверяемым» высказыванием, это верный знак того, что оно употребляется в конвенциализованном значении. Например: «Не скажете ли, который час? (*проверка отрицательным контекстом: но я не хочу этого знать*)» или «Вы не повторите последнего своего вывода? (*проверка отрицательным контекстом: но мне это неинтересно*)» и т. д. Невозможность отрицательного контекста в подобных случаях объясняется противоречивостью получаемого таким образом высказывания в целом, которое могло бы свидетельствовать о самофальсификации говорящего.

- Языковые средства, маркирующие косвенные речевые акты, часто (заметим, не всегда!) имеют универсальный — стандартизированный — характер, т. е. одни и те же формулы могут соотноситься с речевыми актами разных типов. .
- Языковые средства, используемые в косвенных речевых актах, напрямую «отсылают» к области неязыковых знаний собеседника: пресуппозициям, представлениям о фреймах, знаниям принципов общения и признаков успешности коммуникации.
- Языковые средства, структурирующие метатекст косвенных речевых актов (описания самой речевой ситуации), более характерны, чем речевые средства, структурирующие текст (описание непосредственно предмета).
- Языковые средства, маркирующие косвенный речевой акт, могут видоизменять только «облицовку» соответствующего фрейма.
- Языковые единицы, маркирующие косвенный речевой акт, обычно как бы свидетельствуют о «нарушении» говорящим одного или нескольких постулатов коммуникативного кодекса.

Интересно обратить специальное внимание на предпоследнее положение в этом ряду. Оно означает фактически — правда, в данном случае это только гипотеза,— что в отличие от речевых актов, которые легко могут подменять друг друга (вопрос вместо просьбы, утверждение вместо предположения, заявление вместо приказа и т. д.), коммуникативные акты ведут себя иначе.

Исследователи в области теории речевых актов часто утверждают, что, например, в составе речевой ситуации «просьба» может быть употребителен такой речевой акт (такое речевое действие), как «вопрос» и т. д., однако при этом подразумевается, что *речевая ситуация* по-прежнему остается речевой ситуацией «просьба», т. е. не меняет своих параметров. Иначе понимание между коммуникантами действительно было бы невозможным: *вопрос* воспринимался бы как *вопрос* и выхода из ситуации практически не было бы.

Видимо, на место словосочетания «речевая ситуация» в этом рассуждении смело можно поставить словосочетание «коммуникативный акт». Вероятно, это именно фрейм коммуникативного акта — та самая «рамка», которая не поддается искажению и относительно которого сложно эволюционируют речевые акты партнеров. Может быть, соображение это проливает новый свет на отношения между такими понятиями, как *речевой акт*, с одной стороны, и *коммуникативный акт* — с другой. Говоря конкретно, коммуникативный акт «просьба» остается просьбой независимо от того, оформляет ли данную просьбу такой речевой акт, как «просьба», или такой речевой акт, как «вопрос». Впрочем, повторяю, это только гипотеза.

Разумеется, кодирование, и декодирование косвенных речевых актов требует от коммуникантов специальных навыков. Потому-то обсуждение этого типа речевых актов и было вынесено в заключительную главу, когда читатель имеет возможность «подключить» к их рассмотрению сведения из всех предшествующих глав

учебного пособия. Результатом же этого рассмотрения, по замыслу автора, должен был стать вывод о том, что «приветствуют», «прощаются», «просят», «приказывают», «обещают», «соглашаются», «отказывают», «критикуют», «делают комплимент», «порицают», «угрожают», «оскорбляют», «предлагают», «навязывают», «угovarивают», «утверждают», «аргументируют», «предполагают», «оценивают», «восхищаются», «возмущаются» — на самом деле всегда по-разному.

## Заключение

Руководствуясь прежде всего соображением о том, чтобы сделать содержание данного учебного пособия понятным студентам разных факультетов, автор намеренно пошел на упрощение материала — и если материал тем не менее оказался трудным для усвоения, вину за это автор возлагает на себя.

Однако учебное пособие отнюдь не рассчитано на то, чтобы содержание его было усвоено «на все сто»: лучше всего относиться к этому тексту как к некоторой совокупности ориентиров, облегчающих пребывание в условиях речевой коммуникации. Основные понятия, которыми пользуются представители современных научных дисциплин, занимающихся проблемами речевой коммуникации, здесь представлены в достаточном объеме, во всяком случае настолько, чтобы сделать возможным для читателей обращение к более серьезным исследованиям соответствующих проблем\*

Следует, видимо, только предупредить, что исследования эти изобилуют как правило, освещением частных вопросов речевой коммуникации: лингвистическая прагматика, теория речевых актов, современная риторика любят конкретность и «штучность» объектов исследования. В этом особенность научной базы данных дисциплин.

Если тем не менее интерес к соответствующей литературе у читателя сохранился, автор рекомендовал бы

начать знакомство с ней с «Логико-философского трактата» Людвиг Витгенштейна или с его работы «Философские исследования» (выходные данные можно найти в списке дополнительной литературы). В этом случае можно гарантировать и дальнейшее сохранение интереса читателя к проблематике «языковой игры», как называл речевое взаимодействие Витгенштейн. Его советом (пожеланием, рекомендацией, приказом, инструкцией, предложением, требованием, просьбой, мольбой, завещанием), высказанным в опубликованных посмертно «Философских исследованиях», и имеет смысл закончить наш разговор:

*«... Термин "языковая игра" призван подчеркнуть, что говорение на языке представляет собой компонент некоторой деятельности или некоторой формы жизни.*

*Уясни себе разнообразие языковых игр на этих и других примерах:*

- приказывать и исполнять приказы;*
- описывать внешний вид предмета и его размеры;*
- изготавливать предмет в соответствии с описанием (рисунком);*
- докладывать о ходе событий;*
- строить предположения о ходе событий;*
- выдвигать и доказывать гипотезу;*
- представлять результаты опыта в виде таблиц и диаграмм;*
- сочинять рассказ и читать его;*
- притворяться;*
- петь хороводные песни;*
- отгадывать загадки;*
- шутить, рассказывать анекдоты;*
- решать арифметические задачи;*
- переводить с одного языка на другой;*
- просить, благодарить, проклинать, приветствовать, молиться...»*

## Дополнительная литература

1"

*Аллен Дж. Ф., Перро Р.* Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании.— Новое в зарубежной лингвистике (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.

*Арутюнова Н. Д.* Коммуникация (главы 1—3).— Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис.— М.: Наука, 1992.

*Баранов А. К., Плунгян В. А., Рахилина Е. П.* Путеводитель по дискурсивным словам русского языка.— М: По-мовский и партнеры, 1993.

*Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика.— М.: Прогресс, 1989.

*Блинов А. Л.* Семантика и теория игры.— Новосибирск, 1983.

*Болотова Г. А.* Коммуникативные аспекты русского синтаксиса.— М.: Наука, 1982.

*Булыгина Т. В.* Я, ты и другие в русской грамматике.— Кез рЫлоодІса. Филологические исследования. Сборник, посвященный памяти акад. Г. В. Степанова.— М.— Л., 1990.

*Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* «Возможности» естественного языка и модальная логика.— Вопросы кибернетики: Язык логики и логика языка.— М., 1990.

*Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* Персональный дейксис. Общие замечания.— Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис— М., 1992.

- Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* Темпоральный дейксис. Общие замечания.— Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис.— МД992.
- Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* Гипотеза как мыслительный и речевой акт.— Логический анализ языка: Ментальные действия.— М., 1993.
- Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* Оценочные речевые акты извне и изнутри.— Логический анализ языка: Язык речевых действий.— М., 1994.
- Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* «Правда факта» и «правда больших обобщений».— Логический анализ языка: Истина и истинность в культуре и языке.— М., 1995.
- Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* Языковая концептуализация мира.— М.: Школа «Языки русской культуры», 1997.
- Вежбицка А.* Метатекст в тексте.— Новое в зарубежной лингвистике.— М., 1978.
- Вежбицка А.* Речевые акты.— Новое в зарубежной лингвистике, (Лингвистическая прагматика).— М: Прогресс, 1985.
- Вежбицка А.* Язык. Культура. Познание.— М.: Русские словари, 1996.
- Вендлер З.* Иллокутивное самоубийство.— Новое в зарубежной лингвистике. {Лингвистическая прагматика}.— М.: Прогресс, 1985.
- Вендлер З.* Факты в языке.— Философия, логика, язык.— М., 1987.
- Верещагин Е. М., Костомаров В. Г.* Язык и культура.— М., 1983.
- Винокур Т. Г.* Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения.— М: Наука, 1993. ,
- Витгенштейн Л.* Логико-философский трактат.— М.: Изд-во иностранной литературы, 1958.
- Витгенштейн Л.* Философские исследования.— Новое в зарубежной лингвистике. (Лингвистическая прагматика).— М.: **Прогресс, 1985.**
- Вригг фон Г Х.* Логико-философские исследования: Избранные труды.— М., 1986.

- Гак В. Г.* Истина и люди.— Логический анализ языка: Истина и истинность в культуре и языке.— М, 1995.
- Гойхман О. Я., Надеждина Т. М.* Основы речевой коммуникации. Учебник.— М., 1997.
- Гольдин В. Е.* Речь и этикет.— М, 1983.
- Гордон Д., Лакофф Дж.* Постулаты речевого общения.— Новое в зарубежной лингвистике. (Лингвистическая прагматика).— М.: Прогресс, 1985.
- Грайс Г. П.* Логика и речевое общение.— Новое в зарубежной лингвистике. (Лингвистическая прагматика).— М.: Прогресс, 1985.
- Дегутис А.* Язык, мышление и действительность.— Вильнюс, 1984.
- Диахроническая социолингвистика.— М, 1993.
- Дэвидсон Д.* Истина и значение.— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.
- Дэйвисон А.* Лингвистическое или прагматическое описание: размышление о «Парадоксе Перформативно-сти».— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М: Прогресс, 1986.
- Дюбуа Ж., Эделин Ф., Клинкаенберг Ж. М.* Общая риторика.— М: Прогресс, 1986.
- Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. К.* Языковая игра: Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест.— М., 1983.
- Иомдин Б. Л.* Автоматическая обработка текста на естественном языке: модель согласования.— Наука, М, 1990.
- Караулов Ю. К.* Русский язык и языковая личность.— М., 1987.
- Китайгородская М. В.* Чужая речь в коммуникативном аспекте.— Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект.— М., 1993.
- Кифер Ф.* О пресуппозициях.— Новое в зарубежной лингвистике.— М., 1978.
- Кларк Г. Г., Карлсон Т. Б.* Слушающие и речевой акт.— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.



- Клюев Е. В.* Критерии лингвостилистического анализа текста.— М.: Госкомпечать, 1989.
- Клюев Е. В.* Лингвистическая прагматика. Программа курса,—М., 1997.
- Кожевников А Ю.* К теории социальной диалектологии.— Русский текст.— СПб., 1994, вып. 2.
- Крейдлин Г. Е.* Таксономия и аксиология в языке и тексте.— Логический анализ языка: Ментальные действия.—М., 1993.
- Крикке С.* Загадка контекстов мнения.— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.
- Кронгауз М. А.* Структура времени и значение слов.— Логический анализ языка: Противоречивость и аномальность текста.— М., 1990.
- Крысий Л. П.* Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка.— М., 1989.
- Куайн У. В. О.* Слово и объект.— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.
- Кубрякова Е.* С Текст и его понимание.— Русский текст.— СПб., 1994, вып. 2.
- Лингвистический энциклопедический словарь.— М: Советская энциклопедия, 1990.
- Логический анализ языка: Знание и мнение.— М., 1988.
- Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах.— М., 1987.
- Национально-культурная специфика речевого поведения.— М., 1977.
- Николаева Т. М.* Лингвистическая демагогия.— Прагматика и проблемы интенциональное™.— М., 1988.
- Ноуэлл-Смит П. Х.* Логика прилагательных.— Новое в зарубежной лингвистике (Лингвистическая прагматика).—М.г 1985.
- Общение: Структура и процесс.— М., 1991.
- Основы теории речевой деятельности.— М., 1974.

- Остин Дж. А.* Слово как действие.— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.
- Павиленис Р. К.* Проблема смысла (Современный логико-философский анализ языка).— М., 1983.
- Падучева Е. В.* Тема языковой коммуникации в сказках Льюиса Кэрролла.— Семиотика и информатика.— М, 1982.
- Падучева Е. В.* Референциальные аспекты семантики предложения.— Семиотические аспекты формализации интеллектуальной деятельности,— М., 1983.
- Падучева Е. В.* Высказывание и его соотношенность с действительностью.— М., 1985.
- Папп Ф.* Паралингвистические факты. Этикет и язык.— Новое в зарубежной лингвистике. (Современная зарубежная русистика).— М., Прогресс» 1985.
- Пеньковский А. Б.* Тимиологические оценки и их выражение в целях уклоняющегося от истины умаления значимости.— Логический анализ языка: Истина и истинность в культуре и языке.— М., 1995.
- Петров В. В.* Язык и логическая теория.— Новое в зарубежной лингвистике. (Логический анализ естественного языка).— М.: Прогресс, 1986.
- Поэтика. Стилистика, Язык и культура. Памяти Т. Г. Винокур.— М.: Наука, 1996.
- Прагматические аспекты изучения предложения и текста.— Киев, 1983.
- Референция и проблемы текстообразования.— М., 1988.
- Селезнев М. Г.* Вера сквозь призму языка.— Прагматика и проблемы интенциональное™.— М., 1988.
- Семантика и представление знаний.— Тарту, 1980.
- Серль Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов.— Новое в зарубежной лингвистике, (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.
- Серль Дж. Р.* Косвенные речевые акты.— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М.: Прогресс, 1986.

- Серль Дж. Р.* Что такое речевой акт? — Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М: Прогресс, 1986.
- Серль Дж. Р., Вандервекен Д.* Основные понятия исчисления речевых актов.— Новое в зарубежной лингвистике. (Теория речевых актов).— М: Прогресс, 1986.
- Степанов Ю, С,* В трехмерном пространстве языка.—М., 1985.
- Уилрайт Ф.* Метафора и реальность.— Теория метафоры.— М, 1990.
- Формановская Н. И.* Употребление русского речевого этикета.— М., 1982.
- Формановская Н. И.* Речевой этикет и культура общения.— М., 1989.
- Франк Д.* Семь грехов прагматики: тезисы о теории речевых актов, анализе речевого общения, лингвистики и риторики.— Новое в зарубежной лингвистике (Теория речевых актов).— М, 1986.
- Фреге Г.* Смысл и денотат.— Семиотика и информатика.— М, 1977.
- Целищев В. В.* Философские проблемы семантики возможных миров.— Новосибирск, 1977.
- Черняк В. Д.* Наброски к портрету маргинальной языковой личности.— Русский текст, СПб., 1994, вып. 2.
- Шмелев А. Д.* Прагматические аспекты теории референции.— Языковая деятельность в аспекте лингвистической прагматики.— М., 1984,
- Якобсон Р. О.* Избранные работы.— М., 1985.
- Яковлева Е. С.* Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия).— М.: Гнозис, 1994.

