

Авраменко В. В.,

Брестский государственный технический университет, г. Брест

РЕАЛИЗАЦИЯ СЕМЫ “ВОЗДЕЙСТВИЕ” В РЕЧЕВЫХ АКТАХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

У статті розглядається реалізація семы “вплив” на об’єкт у мовних актах познайомлення.

Ключові слова: дієслово, вплив, об’єкт, мовний акт, познайомлення.

В статье рассматривается реализация семы “воздействие” на объект в речевых актах представления.

Ключевые слова: глагол, воздействие, объект, речевой акт, представление.

The article deals with the realization of the sem “influence” on an object in speech acts of introduction.

Key words: verb, influence, object, speech act, introduction.

Категория “воздействие” трактуется в лингвистике широко как сложная интегрирующая категория, охватывающая ряд субкатегорий, каждая из которых вносит свой вклад в выстраивание широкой семантической базы общекатегориального значения. По существу это некая мозаичная картина семантики, как она представлена, в частности, у А.А. Уфимцевой, согласно мнению которой под единым понятием “воздействие” обозначены:

- 1) физическое непреобразующее воздействие на объект (одушевленный, неодушевленный);
- 2) физическое преобразующее воздействие на объект (одушевленный, неодушевленный);
- 3) информационное воздействие на объект (приказом, декретом и т.п.) (одушевленный объект);
- 4) эмоциональное воздействие на объект (на людей, животных) (одушевленный объект);
- 5) моральное воздействие на людей (одушевленный объект) [5, с. 172-173].

Под воздействием на объект понимается такое действие, которое изменяет или хотя бы предполагает изменение характеристик объекта.

Категория “воздействие” наиболее полно, на наш взгляд, исследована в прагмалингвистике в связи с изучением прагматических функций. Общеизвестно, что предложение как единица прагматического синтаксиса может иметь разные прагматические функции. Намерением говорящего может быть как простая констатация действия (реализуется локутивная сила), так и произнесение высказывания с целью сообщения об угрозе, обещании, предупреждении и т.д. (реализованное высказывание достигает цели в виде перлокутивного эффекта). При этом сообщается, что в реальном общении реализация предложения неразрывно связана с придачей ему иллюкутивной силы [2, с. 271]. Категория вербального воздействия в прагмалингвистике рассматривается также в работах Л.А. Киселевой и Н.И. Тропиной [3, 4].

Дефиниция глагола *представит(ся)* – (*sich*)*vorstellen* эксплицируется синонимом *bekanntmachen* и диалогическими единствами: *sich (jmdm.) vorstellen* – *sich (mit jmdm.) bekannt machen, (jmdm.) seinen Namen nennen; gestatten Sie, dass ich mich vorstelle: Hans X; darf ich mich vorstellen: Hans X; jmdn. einem anderen vorstellen – jmdn. mit einem anderen bekanntmachen; darf ich Ihnen Herrn X vorstellen?* [7, с. 4076-4077].

Как следует из дефиниции, одним из условий успешного начала речевого акта “представление” является соблюдение принципа вежливости, заключающимся в выборе лексики: *gestatten Sie ... – “разрешите ...”, darf ich Ihnen Herrn ... vorstellen?* – “можно представить Вам господина? ...”... Уточним определение этого принципа, сравнив его прежде всего с принципом кооперации, сходным с ним по своей функции – регулировать социальное поведение людей, в том числе их коммуникативную деятельность.

Суть принципа кооперации состоит в требовании вносить коммуникативный вклад в речевое общение в соответствии с принятой целью и направлением разговора. Принцип вежливости в наиболее общем виде можно определить как тип социального взаимодействия, в основе которого лежит уважение к личности партнера. Следование этому принципу накладывает определенные требования на поведение членов общества, которые заключаются в том, чтобы учитывать интересы партнера, считаться с его мнением и желаниями, облегчать по возможности возлагаемые на него задачи. Соблюдение принципа вежливости имеет целью добиться максимальной эффективности социального взаимодействия за счет сохранения социального равновесия и дружественных отношений, причем считается, что в коммуникативной практике этот принцип играет более значительную роль, чем принцип кооперации.

В применении к речевой коммуникации принцип вежливости определяется как особая стратегия речевого поведения, направленная на предотвращение возможных конфликтных ситуаций, которая реализуется в процессе речи с помощью различных правил и тактических приемов, которые довольно абстрактны, например: “стремись к согласию”, “будь благожелателен”, “избегай разногласий” и др. Правила такого рода нуждаются в конкретизации в отношении как отдельных речевых актов, так и определенных коммуникативных ситуаций. Чтобы быть вежливым, следует знать, что и при каких обстоятельствах расценивается как вежливое. Очевидно, вежливость является относительным понятием и во многом определяется правилами, принятыми в различных ситуациях общения: то, что признается вежливым в одном коммуникативном контексте, может быть нейтральным в другом и неприемлемым в третьем. Коммуникативный контекст, влияющий на выбор формы выражения и определение ее маркированности по принципу вежливости, включает следующие существенные признаки ситуации общения: а) взаимоположение коммуникантов (равное, выше, ниже), б) степень социально-психологической дистанции (далекая, близкая), в) обстановка общения (официальная,

неофициальная, непринужденная). В речевом акте представления всегда присутствует сема “воздействие”, выражающая цель общения, которая заключается в помощи субъекту “завоевать” свой объект, сделать его своим союзником.

Рассмотрим, как реализуется речевое воздействие в немецком курсе Kontakt Deutsch [6], представляющем собой пособие для иностранцев, которые контактируют с немецкоязычными партнерами в рамках совместных проектов и сотрудничества. Проанализируем особенности реализации семы “воздействие” в ситуации Erster persönlicher Kontakt (Первый личный контакт). Первое знакомство происходит в форме диалога, который создает общность “МЫ” и тем самым почву для совместной деятельности. Диалог – это разговор, в котором присутствуют минимум два человека, и единица диалога состоит из двух и/или более тесно связанных между собой реплик – реплики-стимула (вербального воздействия на объект) и идущей за ней реплики-реакции, опирающихся на принципы кооперации и вежливости и составляющих одну (относительно полную) единицу, называемую диалогическим единством (ДЕ).

Диалог 1. Am Flughafen

Herr Kellermann: Entschuldigung, sind Sie Frau Siebert von der Firma Speicher?

Frau Siebert: Ja, bin ich.

K: Mein Name ist Kellermann. Guten Tag.

S: Ah, Herr Kellermann, freut mich. Guten Tag.

K: Willkommen in Köln. Wie war Ihr Flug?

S: Sehr gut. Nett, dass Sie mich abholen.

K: Ist das Ihr Gepäck?

S: Ja, das ist alles.

K: Ich kann Ihren Koffer tragen.

S: Danke, sehr freundlich!

K: Dann können wir los fahren. Mein Auto steht im Parkhaus.

Для представления себя в немецкой культуре существуют различные формулировки. Мужчина может представиться: Bernd Meier/Meier. Ich bin Bernd Meier. Ich heiße Meier (без имени).

Женщина также может выбрать такие же формулировки: Mein Name ist Maria Mertens. Ich heiße Maria Mertens. Ich bin Frau Mertens. (Mit Frau + Familienname).

В зависимости от ситуации может приводиться дополнительная информация: Ich bin Max Müller, Exportleiter unserer Firma. Ich bin Frau Mertens, Einkaufsleiterin unserer Firma.

Диалог 2. An der Pforte

Herr Kellermann: Tag, Herr August. Ich habe hier eine Besucherin. Könnten Sie ihr einen Besucherausweis geben?

Herr August: Wie heißt die Dame?

K: Das ist Frau Siebert von der Firma Speichert aus Dänemark.

A: Alles klar. Hier bitte.

Если представление кого-либо кому-либо происходит при помощи третьего лица, то действуют следующие правила: мужчину представляют женщине, младшего собеседника – старшему. На работе эти правила меняются: при представлении руководствуются принципом соподчиненности, иерархии. Лицам, находящимся на более высокой должности представляются стоящие по рангу ниже: Frau Dr. Schuhmacher, darf ich Sie mit unserem neuen Mitarbeiter, Herrn Meier, bekannt machen?

Диалог 3. In der Empfangshalle

Frau Siebert: Ein schönes Gebäude haben Sie hier.

Herr Kellermann: Ja, wir sind auch ganz zufrieden.

S: Und eine so schöne Aussicht!

H: Ja, nicht wahr? – Ah, da kann ich Ihnen gleich unseren Kundendienstleiter Herrn Wendt vorstellen. Herr Wendt, das ist Frau Siebert von der Firma Speicher aus Dänemark.

Herr Wendt: Freut mich.

S: Angenehm.

K: Frau Siebert interessiert sich für unser neues EDV-System. Sie werden sich also später sicher treffen.

W: Ja, prima. Bis später.

S: Ja, bis später.

Вежливыми реакциями на представление могут быть следующие:

Freut mich. – Freut mich auch. Angenehm. – Angenehm. Es freut mich, Sie kennen zu lernen, Herr Meier. – Ganz meinerseits, Frau Dr. Schuhmacher.

Диалог 4. Im Besprechungsraum

Herr Kellermann: Guten Morgen.

Alle: Guten Morgen.

K: Ich möchte Ihnen zuerst einmal unseren Gast aus Dänemark vorstellen. Das ist Frau Siebert. Und hier haben wir Herrn Merk vom Export, Frau Bosch vom Versand, Herrn Schmidt von der Produktion und Frau Knorr von der Qualitätskontrolle.

Herr Merk: Frau Siebert, kennen wir uns nicht?

S: Ja, ich glaube, wir haben uns auf der Messe in Düsseldorf getroffen.

M: Stimmt. Schön, Sie hier bei uns zu sehen.

K: Frau Ackermann fehlt noch, aber sie wird gleich kommen. Bitte, nehmen Sie Platz.

S: Danke.

K: Darf ich Ihnen etwas anbieten? Sie trinken doch eine Tasse Kaffee?

S: Danke, gern. Einen Kaffee, schwarz, bitte.

K: Bitte schön. – Also gut, kommen wir zur Sache.

В Германии, как правило, при каждой встрече, здороваясь, подают руку. Женщина первой протягивает руку, старший – младшему, начальник (независимо от возраста и пола) – подчиненному.

Анализ речевых формул позволил не только воссоздать общую структуру речевого взаимодействия (что связано с выявлением иллокутивного значения составляющих его речевых актов, выделением определяющего речевого акта отдельных речевых взаимодействий и их предпочтительного продолжения), но и выявить интерактивные социо-реляционные цели, движущие собеседниками, то есть их деятельность, связанную с пониманием положительной вежливости.

Речевое общение – это сложный вид деятельности, при котором определенные действия выполняются при помощи стандартных языковых выражений – ситуативных высказываний, называемые культурными стереотипами, целью которых является достижение нужного коммуникативного эффекта при затрате минимума языковых и поведенческих усилий. Таким образом, возникают речевые формулы с воспроизводимым, а не индивидуальным лексическим наполнением, которое напрямую не зависит от содержания речи. Это устойчивые, повторяющиеся в стандартных ситуациях общения, частотные словосочетания и предложения, для которых чаще всего характерна краткость.

Речевые формулы характеризуются в первую очередь устойчивостью, которая достигается благодаря разной степени стандартизации формы и смысла. Второй важный признак исследуемых единиц – повторяемость в общении разных коммуникантов и при разных обстоятельствах. Это связано с закрепленностью разговорных формул за стандартной ситуацией общения. Третьим характерным признаком речевых формул является частотность появления в речи. Он связан с принадлежностью большей части речевых формул к области разговорной речи, которая является основной формой общения людей и обслуживает высокочастотные бытовые коммуникативные ситуации. Первичная функция речевых формул заключается в репрезентации типичных ситуаций, которые служат их денотатами, что связано с характером семантического преобразования речевых формул, проявляющего в прагматической абстракции. Речевые формулы отражают некоторые глобальные концепты речевого общения, они составляют сетку значений, с помощью которой участники общения строят свою речь.

Анализ формул речевого этикета позволяет понять структуру и особенности речевых взаимодействий в изучаемой языковой структуре, поскольку устойчивые единицы выступают как нормативный код повседневного общения. На основе анализа употребления формул речевого этикета в определенных фрагментах общения, наиболее полно отображающих данное явление, возникает обобщенная модель речевого взаимодействия, подразделяемая на отдельные фреймы, которые в свою очередь состоят из ритуалов общения.

1. Обязательная коммуникативная стратегия: фрейм доступа

Диалогическое единство представления второго участника общения на вопрос первого.

Коммуникативный ход 1 (стимул): Вежливый вопрос (Entschuldigung, sind Sie Frau Siebert von der Firma Speicher?).

Коммуникативный ход 2 (реакция): Ответ (Ja, bin ich).

Диалогическое единство представления первого участника общения и приветствия (Mein Name ist Kellermann. Guten Tag).

Коммуникативный ход 3 (реакция): Ответ-приветствие (Ah, Herr Kellermann, freut mich. Guten Tag).

2. Факультативные коммуникативные стратегии, зависящие от условий общения

Фрейм любезности и гостеприимства:

Коммуникативный ход 1 (стимул): Вопрос, выражающий заинтересованность в продолжении непринужденной беседы (Wie war Ihr Flug?).

Коммуникативный ход 2 (реакция): Ответ, нейтрализующий угрозу нежелательного беспокойства (Sehr gut. Nett, dass Sie mich abholen).

Коммуникативный ход 3 (вопрос): Имплицитное предложение помочь (Ist das Ihr Gepäck?).

Коммуникативный ход 4 (реакция): Утвердительный ответ (Ja, das ist alles).

Коммуникативный ход 5. Эксплицитное предложение помочь (Ich kann Ihren Koffer tragen).

Коммуникативный ход 6 (реакция): Благодарность за предложенную помощь (Danke, sehr freundlich!).

Коммуникативный ход 6 (вербальное воздействие на объект): Побуждение к действию (Dann können wir los fahren. Mein Auto steht im Parkhaus).

К факультативным коммуникативным стратегиям можно отнести следующие стимулы-реакции:

Диалогическое единство представления второго участника общения

Коммуникативный ход 1 (стимул): Приветствие и представление (Tag, Herr August. Ich habe hier eine Besucherin...).

Коммуникативный ход 2 (реакция): Уточняющий вопрос (Wie heißt die Dame?).

Коммуникативный ход 3 (реакция): Конкретный ответ на конкретный вопрос (Das ist Frau Siebert von der Firma Speichert aus Dänemark). (Диалог 2).

Фрейм комплимента

Коммуникативный ход 1 (стимул): Compliment (Ein schönes Gebäude haben Sie hier.).

Коммуникативный ход 2 (реакция): Ответ на комплимент (Ja, wir sind auch ganz zufrieden). (Диалог 3).

3. Обязательная коммуникативная стратегия: фрейм прощания

Коммуникативный ход 1 (стимул): Прощание (Ja, prima. Bis später).

Коммуникативный ход 2 (реакция): Прощание (Ja, bis später). (Диалог 3).

Как видно из примеров, речевые формулы в актах представления устойчивы благодаря разной степени стандартизации формы и смысла; они повторяются в однотипных ситуациях общения и характеризуются частотностью употребления в речи.

Литература:

1. Большой немецко-русский словарь. В двух томах. – Ленинг Е. И., Страхова Н. П., Филичева Н. И., Цвиллинг М. Я., Черфас Р. А. Под руководством Москальской О. И. – М. : Советская энциклопедия, 1969. – 992 с.
2. Иванова, И. П., Бурлакова, В. В., Почепцов, Г. Г. Теоретическая грамматика современного английского языка / И. П. Иванова, В. В. Бурлакова, Г. Г. Почепцов. – М. : Высшая школа, 1981. – 286 с.
3. Киселева Л. А. Вопросы теории речевого воздействия / Л. А. Киселева. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1978. – 106 с.
4. Тропина Н. И. Глагол как средство речевого воздействия / Н. И. Тропина. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1989. – 96 с.
5. Уфимцева А. А. Лексическое значение / А. А. Уфимцева. – М. : Наука, 1986. – 240 с.
6. Miebs, U. Kontakt Deutsch /U. Miebs. – Berlin und München: Langenscheidt Verlag, 1997. – 163 S.
7. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch. Mit einem Lexikon der deutschen Sprachlehre. Völlig überarb. Neuausgabe. – Mosaik Verlag, 1980/1984. – 4358 S.