

## ТИПОЛОГИЯ СТИМУЛА РЕЧЕВОГО АКТА БЛАГОДАРНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА)

**Кивенко И. А.**

*Одесский национальный медицинский университет*

Настоящее исследование представляет собой попытку классификации стимулов РА благодарности.

Объектом исследования является РА благодарности в англоязычном художественном дискурсе.

Предметом исследования послужили речевые и невербальные акты, поступки, стимулирующие выражение благодарности.

Цель работы – составление типологии стимулов речевого акта благодарности.

Из поставленной цели вытекают следующие задачи:

- описать коммуникативную структуру РА благодарности;
- классифицировать стимулы РА благодарности по характеру действия – вербальные и невербальные;
- классифицировать стимулы РА благодарности по степени бенефактивности для адресата;
- проанализировать прагматические ситуации реализации высказываний благодарности.

Актуальность исследования предопределена недостаточной изученностью моделирования РА благодарности и классификацией стимулов, инициирующих данный РА.

Материалом исследования послужили тексты 8 современных англоязычных художественных произведения общим объемом 2776 страниц, из которых было отобрано 272 ДЕ благодарности.

Для описания коммуникативной структуры исследуемого РА благодарности следует обратиться к разговорному анализу, которому посвящены труды американских лингвистов Е. Щеглова и Х. Сакса, британских учёных М. Коулхарда, Дж. Синклера, Э. Цуи, М. Стаббса, Д. Бертон, И. Мишлер, М. Берри, др.

Под разговорным анализом понимается «методика эмпирического исследования диалогической устной речи, которая применяется в социолингвистике и анализе дискурса <...> при помощи разговорного анализа рассматриваются стандартизированные формы ведения разговора, обусловленные соответствующими примерами социальных действий, специфика и экстралингвистические факторы смены речевых ходов, привычные приёмы коммуникантов в разговоре, координация вербальных и невербальных средств коммуникации, а также моделирование течения общения, возможности управления поведением партнёра» [14, с. 245-246].

Э. Цуи, опираясь на учения Е. Щеглова и Х. Сакса о «смежной паре», а также исследования трёхшаговой структуры учебного дискурса М. Коулхарда и Дж. Синклера, определяет РА благодарности как позитивный реагирующий ход, которому могут предшествовать другие экспрессивные речевые акты [12, с. 152]. Она объясняет это тем, что «экспрессивы и их возможные ответы (в нашем случае, РА благодарности) обусловлены социальными нормами установления и поддержания социальных отношений, а также проявления уважения к сохранению своего лица» [12, с. 155].

РА благодарности может использоваться и как так называемый ход послесловия-одобрения или послесловия-признательности, выполняющее функцию номинации удовлетворения от обмена репликами, в речевых ситуациях просьбы или при запросе/сообщении информации, когда ответный (реагирующий) ход является позитивным [12, с. 201].

Российские лингвисты, чьи труды посвящены непосредственно изучению РА благодарности, рассматривают его как модель «стимул – реакция» (Э. Б. Адамакова, А. В. Имас, С. В. Сковородина, Ж. А. Тягунова).

В работе Ж. А. Тягуновой методологической основой для структурного анализа выражений благодарности послужила теория блендинга, согласно которой РА имеет две структурно-номинативные составляющие [8, с. 59-61]:

- 1) пропозитивный акт, т.е. акт, который предшествует собственно благодарности, конкретизирует значение интенции модусного глагола;
- 2) модусный акт, т.е. собственно благодарность, выраженная модусным глаголом *thank*.

Э. Б. Адамакова, опираясь на работы Э. Гоффман, В. Холли и др., относит РА благодарности к «подтверждающему» типу вежливых действий, функция которого одобрять всё позитивное [1, с. 38]. Т.к. основной признак подтверждающих действий – оценочность, из этого вытекает такая характеристика РА благодарности как последовательность, ведь оценивается то, что имело место быть, идёт последовательная операция стимул-реакция. Таким образом, для действий «подтверждающего» типа общим является следующий образец: это всегда второй шаг, сигнал о том, что предыдущее действие замечено, принято к сведению, т.к. любое высказывание, поддерживающее имидж одного, предполагает то же самое по отношению другого партнера [1, с. 39].

С. В. Сковородина рассматривает РА благодарности как триаду: стимул (бенефактивный для автора благодарения акт) – РА благодарности – реакция (оценка) [7, с. 30].

Следовательно, в нашей работе мы рассматриваем РА благодарности как трёхшаговую модель коммуникации, в которой первый шаг – стимул; второй шаг, т.е. реакция – вербально выраженная благодарность; третий шаг – факультативный, он включает реакцию-реплику на второй шаг, т.е. номинирует перлокутивный эффект РА благодарности. Также, РА благодарности может сам выступать в качестве третьего шага в диалогическом единстве, т.е. послесловия-одобрения/признательности, таким образом, номинируя удовлетворение от обмена репликами.

Конверсационный анализ показывает, что РА благодарности является вербальной реакцией на определенный коммуникативный стимул, без предварительного совершения которого данный РА не может состояться. Отечественный лингвист О.Г. Почепцов называет такие РА актами с жёсткой ретроспективной пресуппозицией [6, с. 48], под которой Н.И. Формановская понимает предварительные знания как условия возможного производства данного высказывания [9, с. 43]. Ж. А. Тягунова развивает данную мысль: «... акт выражения благодарности, как и любой другой речевой акт, имеет две структурно-номинативные составляющие. Прежде всего, это модусный акт, который собственно и составляет содержание благодарности, а второе – это пропозитивный акт <...> без него невозможно функционирование модусного речевого акта» [8, с. 59].

Следовательно, РА благодарности характеризуется зависимостью от коммуникативного стимула, который является важной составляющей в его коммуникативной структуре и влияет на степень искренности.

Согласно словарным дефинициям, под термином «стимул» понимается «причина, побуждающая к деятельности, создающая благоприятные условия для развития чего-нибудь» [15, с. 978].

В лингвистике понятие «стимул» появилось благодаря влиянию идей бихевиоризма (направление в психологии) на основоположника бихевиористической лингвистической концепции Л. Блумфилда, который под речевой деятельностью человека «понимал систему вербальных и эмоциональных реакций на стимулы внешней среды и отрицал тем самым участие сознания в коммуникативных процессах» [16, с. 75-76].

Современная лингвистическая прагматика отошла от данной схемы речевого взаимодействия, однако, термины «стимул» и «реакция» функционируют в ней и сегодня, получив новое осмысление. С.В. Сковородина утверждает, что взаимосвязь стимулов и реакций в коммуникации нецелесообразно рассматривать как неосознанное проявление общающихся, поскольку причиной коммуникативной реакции является не только появление в момент интеракции некоторого стимула, но и оценка собеседником данного стимула, понимание его смысла, выбор средств и способов реагирования, что требует активного участия сознания в развитии общения. Активные мыслительные операции характеризуют и автора коммуникативного стимула, анализирующего коммуникативную ситуацию как приемлемую или негативную для реализации его интенции [7, с. 26].

Тем не менее, говоря о речевой интеракции как взаимосвязи стимула и реакции на основе сознательных действий коммуникантов, не следует исключать из внимания определенный автоматизм, присущий им при выборе тех или иных форм реализации интенций [11, с. 50]. Данный операционный автоматизм характеризует стандартные (ритуальные или этикетные) ситуации общения, в которых определенному типу коммуникативного стимула соответствует определенный тип коммуникативной реакции. Чем своеобразнее ситуация общения, тем сложнее предугадать её развитие, тип коммуникативного стимула и его реакции.

В речевой коммуникации под стимулом рассматривают речевой акт или речевую ситуацию, которые целенаправленно или случайно вызывают некоторое ответное действие собеседника, определяемое в лингвистике как коммуникативная реакция [цит. 7, с. 27].

Разные лингвисты по-разному трактуют данный термин. Например, Е.В. Бобырёва понимает «стимул» как явление объективного мира, т.е. внешние условия и причины реализации того или иного РА [2, с. 133]. Л.П. Чахоян и Г.Д. Невзорова определяют его как результат когнитивных действий индивида, т.е. мотив, внутренний импульс [10, с. 17-21]. Ван Дейк описывает стимул как некоторый абстрактный РА, предшествующий исследуемому РА [3, с. 24].

Н.И. Формановская понимает под стимулом побудительную причину и цель адресанта как стремление к достижению результата сообщения, в котором актуализируется определенный участок предметной и мыслительной картины мира [9, с. 42].

О.С. Иссерс рассматривает стимул как «метод/приём, которым пользуется говорящий при «обработке» партнёра для достижения цели в течение всего цикла общения. Такие методы/приёмы, которые по отдельности или в комплексе ведут к достижению макроинтенции, являются конститuentами речевых тактик и могут быть обозначены как коммуникативные ходы» [5, с. 110].

В интересующей нас коммуникативной ситуации стимул выступает облигаторным компонентом, который предшествует РА благодарности, а также является некоторым фоном, косвенным средством описания вербальной реакции с точки зрения её прагматического содержания (в нашем случае исследования РА благодарности – позитивная).

Следует отметить, что не только речевые акты могут выступать в качестве стимула благодарности. В данной роли могут выступать невербальные действия или целые коммуникативные ситуации, не сводимые к вербальному действию [11, с. 27]. Поэтому в нашей работе под коммуникативным стимулом мы понимаем не только некоторый вербальный акт или невербальное действие, но и коммуникативно-прагматическую ситуацию, предшествующую РА благодарности и провоцирующую его совершение.

Д. Вундерлих даёт характеристику стимулу акта благодарности как действию коммуниканта А, исполняемому в интересах коммуниканта Б [13, с. 26]. Следовательно, характер стимула РА благодарности представлен действиями или ситуациями, бенефактивными (т.е. полезными) для говорящего.

А. Имас, диссертационное исследование которой посвящено анализу выражения благодарности в немецком языке, описывает различные ситуации реализации коммуникативного намерения «благодарить», обозначая стимул исследуемого нами РА латинским символом BEN. Под ним она подразумевает «предварительное условие для «запуска» выражения благодарности – предмет/повод благодарности; то, за что благодарят» [с. 93].

По мнению А. Имас, стимул – это облигаторный компонент речевой ситуации благодарности, её предварительное условие. Она выделяет четыре основные группы ситуаций-стимулов, предполагающих как следствие реакцию в виде вербальной и/или невербальной благодарности, распространённой за счёт проведения дополнительных действий [4, с. 52]:

I группа включает РА положительной оценки: комплимент, лесть, похвалу;

II группа предполагает следующие РА: признание, выражение почтения, одобрение/поддержка, пожелание, соболезнование;

III группа выражает вежливое предложение, приглашение и слова гостеприимства, которые требуют конкретного ответа.

IV группа включает ситуации получение подарка или оказания услуги/ помощи; в данных ситуациях реакция на стимул предполагает более убедительное вербальное действие, а не простое выражение благодарности, которое может актуализироваться при помощи высказываний, характеризующих или оценивающих объект благодарности, описывающих состояние адресата, т.к. он, совершив положительное действие по отношению к партнеру, вправе рассчитывать на дополнительное признание своего имиджа.

Интересная классификация стимулов РА благодарности была предложена К. Аймер. Она разграничивает каузаторы благодарения на материальные и нематериальные вещи. К материальным вещам она относит подарки, элементы сервиса (a cup of coffee, a glass of wine, a cigarette, food, drink), визиты, звонки, письма. Абсолютное число материальных вещей оказывается в сфере, относящейся к служебным обязанностям людей как носителей соответствующих профессиональных ролей. К нематериальным явлениям относятся комплименты, поздравления, добрые пожелания, выполнение желания, выражение заинтересованности в здоровье, предложения, обещания, приглашения, информирование, внесение предложения, например, закончить беседу. По данным К. Аймер, каузаторы в форме материальных вещей были употреблены 66 раз, при этом ведущими среди них оказались продукты питания и напитки. Каузаторы благодарности в сфере нематериальных явлений были зарегистрированы в 199 случаях, т.е. почти в 3 раза превышают в количественном отношении каузаторы благодарности в виде материальных вещей [цит. 8, с. 45-46].

Мы выделяет ряд критериев для классификации стимулов РА благодарности.

По характеру действия стимулы, бенефактивных для адресата, делятся на две группы: невербальные и речевые. К невербальным действиям относятся такие стимулы благодарности как получение подарков, оказание помощи/поддержки, спасение жизни, появление в нужное время в нужном месте и другие невербальные поступки, которые являются важными для адресанта и вызывают его искреннюю благодарность. Такие действия-стимулы РА благодарности могут быть представлены в диалогическом фрагменте художественного произведения в виде констатации совершенного

позитивного поступка в процессе общения или в виде комментария автора художественного произведения до или после диалога, что можно проиллюстрировать следующими примерами:

- *“Thanks for letting me stay last night. I appreciate it.”* [18, с. 188]
- *I moved to her side and set the glass of wine on the railing. <...> “Thank you,” she said.* [19, с. 51]

В нашем экспериментальном материале количество ДЕ, содержащих невербальные стимулы благодарности, составляет 33,5 %. Как правило, РА благодарности, инициированный невербальным стимулом, является нереактивным, что представлено в следующем речевом эпизоде: молодой человек провёл Джейн до машины под своим зонтом, укрыв её от дождя, через несколько дней она приходит поблагодарить его за это:

*“I just wanted to come over and say hello, and to thank you again for walking me to my car.”* [19, с. 47]

Речевые действия в качестве стимула благодарности представляют собой сообщения различной информации, необходимой или приятной для собеседника: совет, приглашение, предложение, собственно информирование, предостережение, обещание, комплимент, похвалу, одобрение, а также некоторые вербальные действия, имеющие ментальную основу: проявление доверия, понимания, сочувствия и т.д. В нашей сплошной выборке количество ДЕ, содержащих вербальные действия, составляет 66,5 %. Приведём примеры, в одном из которых речевым стимулом РА благодарности выступает РА комплимента, в другом – проявление доверия:

- *“You do look very pretty tonight, Sadie.”*  
*“Thanks.”* [20, с. 126]
- *“I know you didn’t sleep with him,” he said.*  
*Julie nodded. “Thank you.”* [18, с. 368]

Таким образом, наш анализ ДЕ, содержащих РА благодарности, показывает количественное преобладание речевых действий в качестве стимула изучаемого нами РА над невербальными действиями, что соответствует результатам исследований К. Аймер.

Ещё один критерий для классификации стимулов РА благодарности – степень бенефактивности (т.е. полезности) стимула для адресата. На этом основании речевые стимулы разделены на три группы: собственно бенефактивные действия, этикетные действия и небенефактивные поступки.

К собственно бенефактивным стимулам относятся ситуации сообщение важной информации, проявление уважения и привязанности, согласие помочь или выполнить просьбу, др. Высокая степень бенефактивности данных поступков определяется отношением к нему агенса благодарности и его привычной системой ценностей, т.е. объект референции благодарности является для него очень важным. Такие стимулы вызывают искреннюю благодарность и признательность, выраженную этикетными формулами *thank you* или *thanks*, а также оценкой достоинств адресата. Это можно

наблюдать в 21,5 % случаев нашего материала и продемонстрировать примером: Эдди сообщают о том, что его пожилая тётя упала в обморок, за что он выражает благодарность:

*“Eddie, would you mind checking on Enid in a while? Angie’s with her. But she had a little funny turn.”*

*“Thanks for telling me. I’ll go check.”* [20, с. 169]

Вторая группа стимулов – этикетные действия – отличается конвенциональностью и чёткой ролевой взаимообусловленностью РА благодарности и его стимула. В этом случае не учитывается личная оценка говорящим поступка собеседника с точки зрения его бенефактивности / небенефактивности. К конвенциональным стимулам благодарения относим поздравление, пожелание, вопрос о самочувствии, похвала, комплимент, совершение покупки, угощение, предложение помощи, а также контактоустанавливающие высказывания. Содержательная сторона пропозитивного акта является незначительной, но последующий РА благодарности является обязательным как проявление общепринятой вежливости. Такие РА благодарности носят формальный характер, т.к. становятся средством гармоничной коммуникации, по мнению Ж.А. Тягуновой. 58,6 % ДЕ благодарности в качестве стимула содержат этикетные РА. Приведём примеры:

- *“I saw Erik this morning <...> and he told me about Aimee getting accepted to Duke. So I wanted to offer up my congratulations.”*

*“Yeah, thanks.”* [17, с. 92]

- *“Well, well. Don’t you scrub up well?”*

*“Thank you, Enid.” I bask in her praise like a schoolgirl.* [20, с. 200]

В первом примере в качестве стимула выступает РА поздравления, во втором – РА похвалы.

Третья группа стимулов РА благодарности включает действия, небенефактивные для агенса благодарности: это случаи ироничной благодарности, когда происходит ретроспективное переосмысление пропозитивного РА, а следующий за ним РА благодарности используется как речевая импликатура, порождающая иронию/сарказм [12, с. 18], или отказа. В нашей выборке количество таких случаев составляет 19,9 %. Проиллюстрируем это примерами. В первом – Майк узнаёт, что девушка, в которую он влюблён, целовалась с другим парнем, будучи знакома с ним всего лишь несколько дней; его брат Генри замечает, что после поцелуя они стали явно ближе друг к другу, что совсем не радует Майка:

*“Did he just kiss her?” Mike asked, his mouth hanging open. <...>*

*“That’s what it looked like to me,” Henry answered.*

*“They don’t even know each other.”*

*“They do now.”*

*“Thanks, Henry. You’re making me feel a whole lot better.”* [18, с. 45]

Второй пример демонстрирует ситуацию отказа от угощения:

*“Pain au chocolat, Sadie? Very yummy.”*

*“No thanks, Loretta.”* [20, с. 244]

Таким образом, мы приходим к выводу, что РА благодарности напрямую зависит от стимула, который предшествует его свершению. По характеру действия стимулы исследуемого РА делятся на невербальные и речевые. Невербальные действия, как правило, инициирующие нереактивную благодарность, встречаются в 33,5 % проанализированных примеров. Речевые стимулы преобладают и составляют 66,5 % речевых эпизодов.

Критерий степени бенефактивности показывает, что в большинстве случаев (58,6 %) стимулом РА благодарности выступают этикетные РА. Собственно бенефактивные и небенефактивные стимулы встречаются реже (в 21,5 % и 19,9% случаев соответственно).

Речевой акт благодарности – неисчерпаемый источник для лингвистического изучения. Перспективой нашего исследования является анализ лексико-грамматических средств английского языка, характеризующих речевые акты благодарности.

## Литература

1. Адамакова Э. Б. Семантико-прагматические свойства и контексты функционирования средств выражения благодарности в немецком языке / Э. Б. Адамакова – Дис. ... канд. филол. наук. – Пятигорск, 2005. – 172 с.
2. Бобырёва Е.В. Семантика и прагматика инициальных и финальных реплик диалога / Е. В. Бобырёва // Языковая личность: проблемы значения и смысла. – Волгоград, 1994. – С. 131-142.
3. Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. – М., 1989. – 307 с.
4. Имас А. В. Выражение благодарности в немецком языке (на материале литературных и лексикографических источников с XVII по XX вв.) /А.В. Имас. – Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2001. – С. 90-102.
5. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – с. 284
6. Почепцов О.Г. Речевой акт и организация дискурса / О.Г. Почепцов // Вестник Харьковского ун-та. – Вып. 339: Человек и речевая деятельность. – Харьков, 1989. – №339. – С.47-51.
7. Сковородина С.В. Прагматика реактивных речевых актов в немецком диалогическом дискурсе (концепты «благодарность» и «извинение») / С.В. Сковородина – Дис. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2004. – 219 с.
8. Тягунова Ж.А. Контексты функционирования и семантика выражений Thank you и Thanks (когнитивно-прагматический подход) / Ж.А. Тягунова – Дис. ... кан. филол. наук. – Пятигорск, 2002. – 169 с.

9. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. – М.: Русский язык. – 2002. – 216 с.
10. Чахоян Л.П., Невзорова Г.Д. Коммуникативная интенция в структуре речевого произведения / Л.П. Чахоян, Г.Д. Невзорова // Речевые акты в лингвистике и мтодике, межвуз. сб. науч. тр.: ПГПИИЯ, 1986. – С. 17-21.
11. Якубинский Л.П. О диалогической речи / Л.П. Якубинский // Избранные работы. Язык и его функционирование. – М., 1986. – С. 17-58.
12. Tsui A. English Conversation / A. Tsui. – UK: Oxford University Press, 1994. – 295 p.
13. Wunderlich D. Zur Konventionalitat von Sprechhandlungen / D. Wunderlich. Linguistische Pragmatik. – Wiesbaden, 1975. – P. 1-58.
14. Селиванова Е.А. Современная лингвистика. Терминологическая энциклопедия / Е.А. Селиванова – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
15. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. – М.: Альта-Пресс, 2005. – 1216 с.
16. Ярцева Н.В. Лингвистический энциклопедический словарь / Н.В. Ярцева. – М., 1990. – 658 с.

### **Иллюстративные источники**

17. Coben Harlan. Promise Me. – UK: Hachette Company, 2007. – 454 p.
18. Sparks Nicholas. The Guardian. – NY, Boston: Grand Central Publishing, 2004. – 494 p.
19. Sparks Nicholas. The Wedding. – NY: Vision, Hachette Book Group, Inc., 2004. – 276 p.
20. Williams Polly. How to be Married. – London: Headline Publishing Group, 2010. – 376 p.

### **Summary**

The article presents the classification of stimuli of the gratitude speech act. It also includes the analysis of the communicative structure of the gratitude speech act and the description of the pragmatic situations of gratitude utterances realization.