

ФОРМУЛЫ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА КАК НОСИТЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ



Севара ЗИЯЕВА

кандидат филологических наук, доцент
декан факультета теории и практики перевода
Узбекский государственный университет
мировых языков

Аннотация

Мақолада маълум бир ижтимоий контекста мос мулоқот шакллари, формулалари танлашнинг муҳимлиги ақс этирилади. Ушбу жараёнда коммуникация вазиятини ўзгартириш мулоқот тартибини ўзгартиришга ва шунга биноан нутқ маданияти қоидаларинг бошқа формулаларини қўллашни талаб қилиши тўғрисида сўз юритилади.

Аннотация

В статье раскрывается обусловленность выбора формул речевого этикета в социальном контексте коммуникации социолингвистическими условиями общения, указывается, что изменение ситуации общения влечет за собой преобразование регистра, а следовательно – применение иных формул речевого этикета.

Abstract

The article reveals the dependence of the choice of the formulas of speech etiquette in a social context communication socio-linguistic conditions of communication, indicates that the change of a communicative situation involves a change in the register of communication and hence the use of other formulas of speech etiquette.

Калит сўзлар: ижтимоий нуқтаи назар, оғзаки хатти-ҳаракат, нутқ қоидаларининг формулалари, ижтимоий танлов, ижтимоий маълумот.

Ключевые слова: социальный контекст, речевое поведение, формулы речевого этикета, социолингвистический выбор, социальная информация.

Keywords: social context, speech behavior, formulas of speech etiquette, social choice, social information.

Проблема совершенствования у студентов, изучающих иностранные языки, социолингвистических способностей в рамках социолингвистической компетенции предопределяется социальной обусловленностью речевой деятельности студентов как на родном, так и изучаемом языках.

Совершенствование социолингвистических способностей направлено на развитие способностей эффективно применять маркеры социальных отношений, а также осуществлять речевые действия сообразно общепринятым нормам вежливости при распознавании различий в стилях, обусловленные обычаями, традициями, представлениями и убеждениями народа.

Существуют различные маркеры социальных отношений (маркеры выражения статуса, маркеры выражения психологической дистанции, маркеры выражения неравенства и др.). Способность студентов уместно применять маркеры социальных отношений «формируются в условиях непосредственного взаимодействия, поэтому являются результатом опыта общения между людьми. Этот опыт приобретает не только в процессе непосредственного взаимодействия, а также опосредованно, в том числе по литературе, театру, кино, из которых человек получает информацию о характере коммуникативных ситуаций, особенности межличностного взаимодействия и способах их решений. В процессе освоения коммуникативной сферы человек заимствует из культурной среды средства анализа коммуникативных ситуаций в виде словесных и визуальных форм»(3).

Различия в регистрах навязывают коммуникантам определенные речеповеденческие модели, детерминированные «ситуацией, задачей, условиями общения, *коммуникативными потребностями*, национально-культурной спецификой *поведения* участников общения. Говорящий / пишущий меняет тактику Р. п. (речевого поведения. – С.3.) в зависимости от ситуации общения (официальная / неофициальная), времени, места, социального статуса собеседника или *адресата*, *коммуникативной компетенции* и др.»(1, 254).

Значит, речевое поведение формируется сообразно заданной, сложившейся ситуации. Ее множественность и разнообразие способствует выделению речеповеденческих типов, адекватная реализация которых возможна при условии правильного их определения и выбора соответствующих способов их языкового выражения.

Социальные параметры, влияющие на речевое поведение коммуникантов, определяют социолингвистическую картину функционирования языка и раскрывают причинно-следственные связи выбора типов речевого поведения. В целом, выбор определенных средств общения с социолингвистической точки зрения детерминируется ситуационными переменными, выбранной индивидом ролью, его статусом, нормами речевого поведения, принятыми в данной социальной среде, социально обусловленными взаимоотношениями коммуникантов и др. социальными факторами, которые можно объединить в три основные группы: национально-культурные факторы, социально-ситуативные факторы и физиолого-психические факторы.

Совокупность форм языковой реализации типов речевого поведения в определенном социальном контексте коммуникации составляет речевой

портрет представителей различных слоев общества, например, речевой портрет носителей диалекта, речевой портрет горожанина, речевой портрет интеллигенции, речевой портрет студента, речевой портрет политика, речевой портрет бизнесмена, речевой портрет военнослужащего, речевой портрет школьника и др., для которых характерен выбор конкретных лингвистических и паралингвистических средств (речевой этикет, интонационные параметры, маркированная лексика, жестикация и др. дискурсные маркеры).

Речевой портрет сформирован совокупностью социально-окрашенных средств, а именно:

1) формул речевого этикета: обусловленность употребления личных местоимений второго лица, вокативов, глаголов единственного/множественного числа и др.;

2) средств выражения социальных отношений по статусу говорящих, занимаемому ими в обществе: наставник/ученик, начальник/подчиненный, врач/больной и др.;

3) средств выражения социальных отношений по возрастной категории: старый/молодой, старший/младший и др.;

4) средств выражения социальных отношений по гендерной принадлежности: мужчина/женщина, девочка/мальчик и др.;

5) средств выражения социальных отношений при побуждении: требование, пожелание, отказ и др. «Большинство таких правил нигде не прописаны, однако для эффективного взаимодействия между носителями языка владение ими необходимо»(3, 91).

Одним из значимых штрихов в речевом портрете коммуникантов выступает речевой этикет, который взаимообусловлен понятием социальной обусловленности особенностей речи: приветствия, способов обращения, невербальных средств коммуникации и предполагает знание говорящими социалингвистических параметров: ситуативный контекст, регистр речи, коммуниканты, их ролевой, профессиональный, социальный статусы, происхождение, предметная обстановка.

И. Лежнева выявляет обусловленность речевого этикета лингво- и преимущественно, социальными характеристиками речи. По ее мнению, речевой этикет меняется соответственно тенденциям развития разговорного языка, преобразования в развитии речевого этикета вызваны социальной нестабильностью(4).

Например, по И. Лежневой, преобразованиям речевого этикета английского языка способствовали такие социальные события, как пуританизм, капитализм, буржуазная революция, монархия, демократизация,

преобразованиям речевого этикета русского языка – социальные события в эпоху Петра I, политические отношения во времена правления Екатерины II, войны, социалистическая революция, «застой», демократизация; при этом наблюдаются схожие процессы:

- сокращение хвалебных эпитетов при обращении к представителям высших слоев;
- распространение обращений по профессии и занимаемой должности;
- появление обращений с отрицательным значением;
- дифференциация обращения по социальным признакам;
- увеличение обращения с просторечной и грубовато-сниженной окраской(4).

В целом, в речевом этикете языков прослеживается «переход от официальности и торжественной церемонности к неофициальности, фамильярности и индивидуализации формул, что соответствует тенденциям разговорной речи»(4).

А. Зубарева исследует речевой этикет сквозь призму концептуального утверждения, что «общество вырабатывает стандартизированные нормы социального поведения (в том числе и речевого), определяемые представлением о шаблоне поведения, который ожидается от человека в данной ситуации»(2).

Коммуниканты выбирают средства речевого этикета по признаку уместности/приемлемости в текущей ситуации. Заслуживает признания предположение автора, что речевой этикет в сознании коммуникантов структурируется по принадлежности к регистрам и «употребление этикетных формул в большей степени зависит от коммуникативной ситуации, чем от социальных факторов»(2).

Итак, А. Зубарева раскрывает и обосновывает новый, социолингвистический подход: речевой этикет есть «совокупность типовых формул, закрепленных языковыми и национально-культурными традициями для использования в конкретных социально-коммуникативных ситуациях общения»(2).

Следовательно, в социумах наблюдается свойственная только им специфика употребления речевого этикета. Частотные в социумах средства речевого этикета есть социолингвистические маркеры.

В социумах, таким образом, устанавливаются свойственные только ей нормы применения речевого этикета. Исходя из этого, обучение этикетным формулам с учетом заложенной в них социальной информации студентов,

основанное на распознавании основного межкультурного своеобразия и правильном подборе средств речевого этикета для различных видов социально-коммуникативного контекста, должно занимать приоритетное место в совершенствовании их социолингвистических способностей. В связи с этим стоит задача научить не только выявлять социальный образ собеседника, но и знать факторы, обуславливающие его динамическое преобразование, и подбирать с их учетом уместные средства речевого этикета, которые будут отличаться своей прагматической эффективностью.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Азимов Э.Г. Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Изд-во ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Зубарева А.А. Формулы речевого этикета: социолингвистическое исследование: Дисс. ...канд. филол. наук. – Пермь, 2007. – 274 с. // Электронный ресурс: <http://www.dissercat.com/content/formuly-russkogo-rechevogo-etiketa-sotsiolingvisticheskoe-issledovanie>.
3. Коммуникативная компетентность: сущность, структура, развитие. // Электронный ресурс: <http://www.ukrlitra.com.ua/1101.html>.
4. Лежнева И.И. Социолингвистическое развитие английского и русского речевого этикета (на материале форм обращения, формул приветствия и прощания): Дисс. ...канд. филол. наук. – Воронеж, 2001. – 163 с. // Электронный ресурс: <http://www.dissercat.com/content/sotsiolingvisticheskoe-razvitie-angliiskogo-i-russkogo-rechevogo-etiketa-na-materiale-form-o>.
5. Словарь социолингвистических терминов. / Отв. ред. В.Ю. Михальченко. – М., 2006. – 312 с.