**План работы**

1. Коммуникативное поведение как предмет лингвистического описания

2. Теоретический аппарат изучения и описания национального коммуникативного поведения

2.1. Теория речевых актов и прагматические исследования

2.2. Правила и принципы языкового общения

2.3. Влияние социальных факторов на коммуникативное поведение

2.4. О факторах, оказывающих влияние на коммуникативный приоритет

1. Коммуникативное поведение как предмет лингвистического описания

Как указывают Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров, " культура - это продукт социальной активности человеческих коллективов, она имеет исторический генезис и играет определяющую роль в становлении отдельной человеческой личности". Являясь частью культуры в целом, коммуникативная культура есть продукт социально-коммуникативной деятельности членов определенной социальной группы. Под коммуникативной культурой понимается совокупность коммуникативных норм и традиций, действующих в рамках определенной национальной культуры. Наличие коммуникативной культуры обеспечивает возможность формирования коммуникативной компетенции и определенного коммуникативного поведения членов данной социальной группы. Коммуникативная культура упорядочивает и стандартизует национальное общение.

Одним из компонентов национальной коммуникативной культуры является коммуникативное поведение. Под коммуникативным поведением предлагается понимать «реализуемые в коммуникации правила и традиции общения той или иной лингвокультурной общности». Будучи компонентом национальной культуры, коммуникативное поведение народа находится в прямой зависимости от нее.

Исходя из размеров социальной группы, можно говорить о коммуникативном поведении лингвокультурной общности в целом, либо о коммуникативном поведении более мелкой группы, в рамках которой участники общения объединены по какому-либо признаку (например, по такой сфере общения, как общественный транспорт). Можно также говорить о коммуникативном поведении индивида как одном из аспектов проявления языковой личности.

Внутри отдельной культуры коммуникативное поведение регулируется совокупностью языковых и социальных норм. Языковые нормы – это требования, предъявляемые коммуниканту системой того языка, на котором осуществляется общение. Социальные нормы – это конкретные поведенческие рекомендации, на которые индивид, являющийся членом данной социальной группы, должен опираться. Необходимо отметить, что не существует единой нормы для всех случаев общения. В обществе складывается целая система норм, «…дифференцированных применительно к различным признакам речевой ситуации и к другим характеристикам общения». Поэтому в зависимости от соблюдения либо несоблюдения общепринятых в социальной группе норм можно говорить о нормативном или ненормативном коммуникативном поведении.

Существуют нормы трех уровней: общекультурные, ситуативные и индивидуальные. К общекультурным нормам относятся правила этикета, а также правила поведения в стандартных ситуациях, близких к ритуалам. Ситуативные нормы вступают в силу, когда общение не является стандартизованным, однако внешние обстоятельства накладывают отпечаток на характер общения. Так, в любой культуре существуют нормы, регулирующие общение коммуникантов с неравными социальными статусами. Эти нормы, как правило, в большинстве ситуаций отличаются от норм, определяющих общение коммуникантов с равными социальными статусами. Индивидуальными нормами коммуникативного поведения можно считать коммуникативный опыт человека, формирующийся в процессе усвоения индивидом общекультурных и ситуативных норм. Нормы всех трех уровней не только определяют поведение членов данной социальной группы, но формируют у их носителей и определенные требования к поведению других членов этой социальной группы.

Важной характеристикой коммуникативных норм является их национальная специфичность.

Помимо понятия коммуникативных норм при описании национального коммуникативного поведения используются понятия коммуникативного императива, коммуникативного табу, коммуникативного действия, стратегии и тактики речевого поведения. Совокупность этих понятий составляет теоретическую основу описания коммуникативного поведения.

Необходимо отметить недостаточную разработанность теории и методики описания коммуникативного поведения на современном этапе, что затрудняет создание комплексного описания национального коммуникативного поведения. На современном этапе изучение коммуникативного поведения представляется актуальным в силу ряда причин:

1. Создание подробного описания коммуникативного поведения различных лингвокультурных общностей может значительно повысить эффективность межкультурного общения.

2. Обучение коммуникативному поведению должно стать составной частью процесса обучения любому иностранному языку. Для эффективного обучения навыкам коммуникативного поведения необходимо выявление его национальной специфики, а это в свою очередь требует создания сравнительного описания черт коммуникативного поведения различных лингвокультурных общностей.

**2. Теоретический аппарат изучения и описания национального коммуникативного поведения**

Коммуникативное поведение как объект изучения требует внимания различных наук: прагмалингвистики, кросс-культурной прагматики, социологии, психологии, антропологии и смежных с ними дисциплин. Для комплексного изучения коммуникативного поведения различных социальных групп в первую очередь важны данные лингвистических дисциплин, одной из которых является прагмалингвистика, поскольку именно в рамках этой науки изучается функционирование языка как инструмента общения.

## 2.1. Теория речевых актов и прагматические исследования

Интерес к функционированию языка в обществе возник в середине ХХ века. Это не было случайностью, так как на смену естественнонаучному пониманию постепенно пришел иной способ видения мира, основанный не на принципе системности, а опирающийся на принцип деятельности как целеполагающей активности. Такая исследовательская парадигма получила название коммуникативно-прагматической (или коммуникативно-функциональной). В центре внимания лингвистов оказались связь языка и человека и разнообразие способов воздействия людей друг на друга в процессе общения, т.е. анализу подверглись личностные факторы языкового общения. Об актуальности прагматических исследований неоднократно писалось в отечественной и зарубежной лингвистической литературе (Арутюнова, Падучева, Богданов, Богушевич, Гак, , Забавников, Зернецкий, Почепцов Г.Г., Почепцов О.Г., Мазлумян, Мецлер, Сусов, Шиленко, Сидоров, Лич, Свартвик, Кифер, Кларк, Карлсон, Остин Дж., Серль Дж. Р., Столнейкер, Стросон, Франк). При этом отмечалось, что полезными можно считать исследования, выполненные не на моделях высказываний, а на живом речевом материале, иначе прагматический подход к языку быстро исчерпывает себя.

Теоретической основой исследовательской парадигмы в прагматике стала теория речевых актов, созданная Дж. Серлем, Дж. Остином и рядом других зарубежных исследователей. В качестве основной единицы речевого общения был принят речевой акт. Он понимается как целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, существующими в данном обществе. Необходимыми условиями для совершения любого речевого акта являются, во-первых, наличие говорящего и слушающего; во-вторых, наличие у них языковой компетенции (т.е. владение языком, на котором происходит общение); в-третьих, для успешного общения каждый коммуникант должен обладать коммуникативной компетенцией (т.е. знанием совокупности принципов и правил, по которым осуществляется общение в данной коммуникативной культуре). Помимо этого модель речевого акта непременно включает в себя цель и результат речевого акта. Отметим, что цель, т.е. коммуникативное намерение по мнению многих исследователей, является основным смысловым компонентом высказывания или, шире, текста.

Языковая компетенция обладает национально-языковой спецификой, которая проявляется тем более заметно, чем менее родственны языки. Однако ее освоение для коммуниканта, общающегося на неродном для него языке, является, по сути, овладением грамматическими правилами построения высказываний на данном языке. Обладание языковой компетенцией не гарантирует коммуниканту успешного общения в условиях иноязычной культуры, иными словами, даже с помощью грамматически правильного высказывания не всегда удается добиться желаемой цели

Успешное общение возможно только при наличии у коммуниканта коммуникативной компетенции. Особое значение этот вид компетенции приобретает при изучении общения в иноязычной культуре. Е.А. Аршавская считает выделение этого вида компетенции следующим шагом вслед за определением языковой компетенции Н. Хомским. Являясь набором норм и принципов, необходимых для успешного общения, коммуникативная компетенция национально специфична, хотя отдельные принципы и нормы во многих культурах могут совпадать (например, необходимость здороваться при встрече, вербальное выражение уважения к старшим и др.). Национальная специфика коммуникативной компетенции усваивается представителями иной коммуникативной культуры гораздо сложнее по сравнению с грамматикой и лексикой иностранного языка. В значительной степени это обусловлено тем, что она не стала предметом научного описания, и отражена частично лишь в книгах по этикету, причем и в этих случаях описывается, как правило, коммуникативное поведение только в стандартных ситуациях, где общение наиболее сильно конвенционализовано.

В лингвистической литературе существует несколько трактовок понятия компетенции. Так, Роджер Т. Белл выделяет три вида компетенции, благодаря которым становится возможной правильное употребление и адекватная интерпретация высказываний. Первый вид - языковая компетенция, позволяющая слушателю правильно понять пропозициональное содержание высказывания. Второй вид - социальная компетенция, благодаря которой участники общения могут оценить ситуативные факторы, влияющие на общение. Эти два вида компетенции образуют третий - коммуникативную компетенцию, которая обеспечивает соотнесение языковой и социальной компетенции, а также выбор наиболее подходящей в данной ситуации формы высказывания.

В.В. Богданов отмечает, что процесс общения базируется на двух основных видах компетенции – энциклопедической и лингвистической. Первый включает в себя предметы, ситуации, события и факты, которые могут стать содержанием общения. Второй связан с овладением информацией об устройстве языка, т.е. лингвистическая компетенция необходима для того, чтобы «иметь возможность доводить до сведения друг друга энциклопедическую информацию». Однако, по мнению автора, для речевого общения недостаточно наличия у индивида только энциклопедической и лингвистической компетенций. Для успешного обмена информацией при помощи языковых средств коммуниканты должны располагать некоторым набором знаний о том, как это должно делаться. Способность использовать эти знания о процессе общения В. В. Богданов предлагает называть интерактивной компетенцией. На практике этот вид компетенции проявляется в умении установить языковой контакт, поддерживать его или по мере необходимости прерывать, соблюдая при этом принципы и нормы, по которым осуществляется общение в данной социальной группе.

Характеризуя речевой акт как единицу речевого общения, Дж. Остин выделял три уровня или три вида действий: локутивное действие, т.е. акт произнесения высказывания; иллокутивное, т.е. выражение коммуникативной цели в процессе произнесения высказывания; а также перлокутивное, т.е. оказание некоторого воздействия на адресата, наличие в высказывании определенной посткоммуникативной силы.

Содержание речевого акта не может быть сведено только к значению входящей в него пропозиции. Достижение коммуникативного эффекта возможно при правильной интерпретации не только пропозиционального содержания, но и входящей в любой речевой акт иллокутивной силы, т.е. функции речевого акта. Одна и та же пропозиция может входить в речевые акты, выполняющие в данной коммуникативной ситуации различные функции, например, просьбы, приказа, намека и т. д. Одной из задач современной прагмалингвистики является изучение природы общения, иными словами, того, как происходит передача и правильное понимание коммуникантами иллокутивной силы в процессе общения.

Несомненно, пропозиция оказывает влияние на прагматическое содержание речевого акта, т.е. на его иллокутивную силу. Однако существует целый ряд факторов лингвистического и экстралингвистического характера, влияющих на правильность интерпретации высказывания в целом. Например, по аналогии с языковыми конвенциями, которые регулируют правильность построения высказывания, в качестве такого фактора Дж. Остин предложил конвенции, регулирующие производство и понимание иллокутивного акта. Эти конвенции не являются собственно языковыми по своей природе. Дж. Серль заменил понятие конвенции на правило, пытаясь показать, что семантика языка является системой правил, на основе которых совершаются и распознаются иллокутивные акты.

 Однако и такая трактовка не объясняла рассматриваемое явление до конца, поскольку имела ограниченную сферу применения, т.е. могла полноценно объяснять механизм понимания только конвенциональные речевые акты. В настоящее время к конвенциональным относят те акты, которые упорядочиваются социальными конвенциями. От неконвенционального такой акт отличает то, что для достижения необходимого эффекта говорящий должен действовать в строгом соответствии с установленной процедурой.

Итак, план содержания любого речевого акта составляют пропозициональное содержание и иллокутивная сила. Планом же выражения служат различные вербальные и невербальные средства (к последним относятся жесты, мимика, проксемика).

Далеко не любое предложение (или группа предложений) является речевым актом. Для того чтобы стать таковым, предложение должно употребляться в определенном контексте. Кроме того, языковая структура предложения тоже является носителем реальных или потенциальных речеактовых свойств. Например, частица *–ка*, употребляемая с глагольными формами повелительного наклонения, служит для усиления побудительного значения. При этом ее использование возможно при соблюдении двух контекстуальных условий: во-первых, необходимо, чтобы коммуниканты находились в близких взаимоотношениях, а во-вторых, социальная роль говорящего не должна быть ниже социальной роли адресата. Задачей прагматики является определение и описание как контекстуальных, так и языковых факторов, определяющих прагматические свойства предложений.

## 2.2. Правила и принципы языкового общения

В работе «Логика и речевое общение» Г. Грайс справедливо указал на то, что процесс общения не является набором не связанных друг с другом высказываний (Грайс, 1985). Напротив, диалог – это совместная деятельность коммуникантов, направленная на достижение определенной цели. Для того чтобы достижение этой цели было возможным, от коммуникантов требуется соблюдение некоторых принципов общения. Наиболее общим принципом, на основе которого строится эффективное рациональное общение, по мнению Грайса, является Принцип Кооперации, который он формулирует так: «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога». Более конкретное представление о сути Принципа Кооперации дают категории Количества, Качества, Отношения и Способа.

Категория Количества выражается в том, что на данном шаге диалога высказывание должно содержать не больше и не меньше информации, чем требуется. К категории Качества Г. Грайс относит следующий постулат: «Старайся, чтобы твое высказывание было истинным», а также два постулата, конкретизирующие первый: «Не говори того, что ты считаешь ложным» и «Не говори того, для чего у тебя нет достаточно оснований». Категория Отношения находит свое выражение в единственном постулате «Не отклоняйся от темы». Категория Способа раскрывается в общем постулате «Выражайся ясно». Чтобы достичь ясности высказывания, говорящий должен стремиться к соблюдению нескольких частных постулатов, также относящихся к категории Способа:

«Избегай непонятных выражений».

«Избегай неоднозначности».

«Будь краток».

«Будь организован».

Соблюдение этих постулатов способствует выполнению Принципа Кооперации, и, следовательно, общение становится максимально эффективным. Контроль за соблюдением указанных постулатов в процессе общения может осуществляться не только собеседником, но и самим говорящим. Так, если коммуникант не уверен в истинности сообщаемой информации, то для соблюдения постулата качества, т. е. для уведомления собеседника в возможной неточности информации, он прибегнет к языковым средствам, снижающим категоричность высказывания, например, выражениям «насколько мне известно» или «если я не ошибаюсь» и т.д. При нарушении нескольких или всех постулатов, отражающих Принцип Кооперации, повышается вероятность конфликта между коммуникантами. Кроме того, следствием намеренного нарушения Принципа Кооперации может стать появление в высказывании подтекстового смысла, который Г. Грайс обозначил термином «импликатура».

В современных исследованиях (Ермакова О. Е., Земская Е.А.) неоднократно отмечалось, что на практике постулаты Принципа Кооперации очень часто нарушаются, т. к. реальное общение зачастую нерационально.

Другим важным принципом, регулирующим процесс общения, является Принцип Вежливости, сформулированный Дж. Личем. В отличие от вежливости как принципа социального взаимодействия, основанного на уважении к личности, вежливость в рамках прагматической теории рассматривается как особая стратегия речевого поведения, направленная на предотвращение конфликтных ситуаций. Принцип Вежливости конкретизируется шестью максимами: такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия и симпатии. Соблюдая первые две максимы, говорящий увеличивает выгоду для партнера и берет на себя максимум усилий. Максима одобрения рекомендует избегать неодобрительных высказываний об адресате. Максима скромности предполагает сведение похвалы в свой адрес до минимума; максима согласия советует избегать разногласий. Максима симпатии означает, что говорящий должен быть благожелателен к собеседнику и стараться избегать открытого выражения неприязни.

Пропозиция высказывания, побуждающего адресата к действию, также может быть оценена в терминах вежливости или невежливости в зависимости от того, насколько действие выгодно для адресата. Так, речевой акт просьбы может быть иногда расценен как невежливый, поскольку действие, к которому побуждается адресат, не является для него выгодным. Невежливыми можно считать приказы, побуждения, распоряжения, советы, так как эти речевые акты нарушают те или иные максимы Принципа Вежливости. К вежливым директивам относятся речевые акты приглашения, разрешения и предложения.

В трактовке Н. И. Формановской вежливость - это отведение собеседнику той роли, которая соответствует его социальным признакам или в отдельных ситуациях – подчеркнутое завышение ее. В такой трактовке вежливости противостоит невежливость – отведение коммуниканту роли, ниже его социальных и иных признаков.

Для подчеркивания вежливого отношения к адресату говорящий в своих высказываниях может использовать так называемые актуализаторы вежливости – грамматические и лексические средства языка, за которыми в определенных ситуациях закреплено значение уважительности, учтивости.

Как правило, вежливость как особое отношение к партнеру по коммуникации отождествляют с речевым этикетом, под которым понимается совокупность правил, регулирующих общение. Иную точку зрения высказывают В.С. Храковский и А.П. Володин. Рассматривая императивные конструкции единственного и множественного числа (т. е. ты- и вы- формы), они пришли к выводу о несовпадении в них этикетного и вежливого обращения: «Говорящий может выбрать ту или другую форму (ты- или вы-) и обратиться к слушающему со стандартным этикетным обращением, либо сделать то же самое и к тому же вежливо. Таким образом, выражение вежливости – всего лишь факультативное дополнение к обязательному этикетному обращению».

## 2.3. Влияние социальных факторов на коммуникативное поведение

Наряду с прагмалингвистическими исследованиями, для комплексного описания коммуникативного поведения важны данные другой науки – социолингвистики, поскольку выбор языковых средств воздействия на собеседника осуществляется говорящим под влиянием множества факторов не только прагматического, но и социального характера, причем отбор языковых средств под влиянием ситуации общения не ограничивается только определением стилистической принадлежности высказывания. Р. Блакар указывает, что «…Каждый раз, когда мы хотим «нечто» выразить, мы должны выбрать между несколькими альтернативно возможными способами, которыми это «нечто» может быть выражено. С аналогичной проблемой сталкивается получатель… Когда получатель что-то слышит или читает, он должен в процессе декодирования выбрать одно из нескольких возможных значений. В этом ему помогает контекст: сама ситуация, то, что было сказано ранее, а также то, что было сказано после». Таким образом, отбор языковых средств в каждой конкретной ситуации не является случайным, но обусловлен социальной структурой общества.

Социолингвисты в качестве коммуникативно-релевантных факторов или, иными словами, социальных норм, детерминирующих речевое поведение коммуникантов, называют социальные роли, соотношение социальных статусов коммуникантов, тему общения, обстановку (или сферу) общения, а также ориентацию людей на определенные социальные ценности и нормы.

По мнению Е. Ф. Тарасова, речевая деятельность людей в каждом отдельном случае – это ролевая речевая деятельность. Иными словами, в процессе общения говорящий и слушающий являются носителями совокупности определенных социальных ролей. Л.П. Крысин считает, что социальная роль – это форма поведения человека в обществе, которая определяется либо его положением в определенной социальной группе (роли ученика и учителя, отца и сына, и т. д.), либо в некоторой ситуации общения (ситуации, в которые попадает практически любой человек, например, в магазине или на приеме у врача).

Н. И. Формановская трактует социальные роли коммуникантов через понятия позиции и функции. Позиция характеризует общее положение индивида в социуме (например, позиция студента, позиция матери, позиция директора и т.д.). Бесконечному множеству социальных позиций «присущи специфические функции, которые занимающий данную позицию способен и обязан исполнять». Нормативное сочетание позиции и функции и определяет социальную роль человека, причем, как правило, каждая роль в сознании ее носителя и окружающих связана с некоторым образцом поведения, соответствующим данной роли.

Е. Ф. Тарасов определяет социальную роль не как набор неких социальных характеристик, присущих индивиду, а как совокупность требований к деятельности и прав, необходимых индивиду в данной позиции для успешного осуществления деятельности. В соответствии с этим исследователь выделяет три типа социальных ролей:

1. статусные роли;
2. позиционные роли;
3. ситуационные роли.

Статусная роль – это набор половых, возрастных, национальных и других постоянных характеристик индивида (например, принадлежность к определенному социальному слою, гражданство). Статусные роли обладают национально-культурной спецификой. Так, роль женщины в мусульманском обществе существенно отличается от ролевых обязанностей и прав женщины в христианском обществе. Во многом статусная роль индивида определяет возможность или невозможность получения им определенного набора позиционных ролей, а также качество исполнения той или иной позиционной роли. В качестве примера можно привести проигрывание позиционный роли «учитель» мужчиной или женщиной, начинающим или опытным педагогом.

 Третий тип ролей - так называемые ситуационные роли - реализуются в наиболее типичных ситуациях. В процессе проигрывания различных ситуационных ролей регулируется непосредственное взаимодействие владельцев определенных позиций и статусов. Важной характеристикой ситуационных ролей является низкая степень их формализации, т.е. в процессе их проигрывания индивид выбирает различные вербальные и невербальные средства сообразно со своими статусными и позиционными ролями. Ситуационные роли и варианты их проигрывания носителями различных статусов обладают наиболее ярко выраженной национально-культурной спецификой.

Другим понятием, используемым для описания речевого и неречевого поведения индивида в обществе, является социальный статус коммуниканта. Наличие определенного статуса у каждого члена общества подтверждается социальной стратификацией. Говоря о социальном статусе, Л. П. Крысин опирается на определение, данное Роджером Т. Беллом. Социальный статус – это формально или негласно установленное и признаваемое в обществе положение индивида в иерархии социальной группы. Такая трактовка понятия «социальный статус индивида», предложенная Роджером Т. Беллом, очень близка предложенному Н. И. Формановской понятию «позиция». В целом статус индивида в данной социальной группе определяется целым рядом его характеристик: возрастом, полом, образованием, занимаемой должностью, наличием или отсутствием у индивида определенных навыков и умений, имеющих ценность в группе и т.д.

Социальный статус – это постоянная характеристика индивида, в то время как роль – характеристика переменная. Социальная роль - это конкретное поведенческое проявление индивида в определенной ситуации. Сложная организация общества приводит к тому, что один и то же человек, как правило, выполняет несколько различных ролей (например, отца в семье, начальника на работе, покупателя в магазине). По мнению Л. П. Крысина, роль является динамическим аспектом статуса. Другими словами, социальный статус характеризует место индивида в социальной структуре общества и во многом определяет выбор индивидом определенных речевых средств, соответствующих его положению в обществе.

Исполняя определенную социальную роль, коммуникант вынужден считаться с тем, что качество исполнения роли, в том числе и выбор языковых средств в данном случае обусловлены как статусом коммуниканта, так и ситуацией. На качественные различия при проигрывании одних и тех же ролей указал Дэвид Майерс. С социальным статусом связана стратификационная вариативность языковых средств, под которой понимается наличие языковых и речевых различий между представителями различных социальных слоев и групп. Применительно к социальной роли используется термин ситуативная вариативность, т.е. языковые и речевые различия коммуникантов, которые объясняются большим разнообразием социальных ситуаций.

Так, человек, занимающий высокое положение в обществе, в любой ситуации будет вести себя сообразно со своим статусом. Его речевое поведение в ситуации «магазин» будет отличаться от поведения человека с более низким социальным статусом в аналогичной ситуации. Ситуативная вариативность наслаивается на стратификационную вариативность, что и определяет выбор коммуникантом тех или иных языковых средств. Чем выше статус коммуниканта, тем шире диапазон языковых средств, которые коммуникант может использовать в процессе общения. В то же время ситуация может налагать некоторые ограничения: так, чем более официальна ситуация общения, тем строже ограничения в выборе языковых средств.

Справедливо отмечается, что обязательным компонентом каждой роли являются ролевые ожидания (или так называемые ролевые экспектации), т.е. набор неречевых и речевых действий, которые, по мнению окружающих, должен выполнять индивид и на которые он имеет право в рамках данной социальной роли. Степень соответствия этим ожиданиям определяет успешность или неуспешность выполнения роли. Умение соответствовать ролевым ожиданиям во многом определяет эффективность общения.

На выбор языковых средств значительное влияние оказывают не только сами роли, но и их соотношение. Возможно три варианта соотношений социальных ролей:

1. Роль говорящего выше роли адресата.
2. Роль говорящего ниже роли адресата.
3. Роли говорящего и адресата равны.

По мнению Л. П. Крысина, социальная роль одного коммуниканта выше социальной роли другого коммуниканта, если второй зависим от первого, иными словами, если социальная роль первого коммуниканта позволяет ему изменять состояние или поведение собеседника.

В соответствии с соотношением социальных ролей все ситуации общения можно разделить на симметричные и асимметричные. В симметричных ситуациях социальные роли коммуникантов равны; в асимметричных один из коммуникантов зависит от другого.

В процессе вербальной коммуникации люди выполняют не только определенные социальные, но и коммуникативные роли. Этим термином обозначаются стереотипы, используемые коммуникантами в определенных ситуациях общения. Коммуникативные роли не зависят от социальных ролей и статусов, более того, для процесса общения характерна смена ролей (например, в процессе диалога его участники попеременно становятся говорящими или слушающими). Однако при явном несовпадении социальной и коммуникативной ролей высока вероятность конфликта в общении (ср. реакцию «Молод меня еще учить»). Распределение (иерархия) статусов определяет выбор говорящим формы речевого воздействия на адресата и наличие или отсутствие возможности для проявления адресатом той или иной реакции.

Еще одним фактором социального характера, оказывающим значительное влияние на речевое поведение, является ситуация, в которой происходит общение. В научной литературе существует два термина, обозначающих условия общения: коммуникативная ситуация и коммуникативный контекст. Часто они используются как синонимы, однако некоторые исследователи предлагают их различать.

Так, Е. И. Беляева, опираясь на работы Т. А. ван Дейка, предлагает под ситуацией понимать весь комплекс обстоятельств, в которых происходит общение. Коммуникативный контекст включает в себя только те составляющие обстановки общения, которые оказывают непосредственное влияние на характер общения. Иными словами, коммуникативный контекст – это совокупность только лингвистически релевантных компонентов ситуации.

Говоря о речевой ситуации, Н. И. Формановская характеризует ее как совокупность обстоятельств, которые вынуждают индивида сказать нечто, действуя при этом в соответствии с определяющими ситуацию признаками.

Речевая ситуация, таким образом, являет собой «сложный комплекс внешних условий общения и внутренних реакций общающихся, находящих выражение в каком-либо высказывании (тексте)».

Среди таких компонентов можно выделить описанные выше ролевые отношения, обстановку общения, а также социально-психологическую дистанцию между коммуникантами. Обстановка общения может быть охарактеризована в терминах «официальная», «нейтральная», «непринужденная».

Социально-психологическая дистанция между коммуникантами может быть оценена как близкая или далекая. В. Храковский предлагает для оценки этой дистанции использовать шкалу «свой - чужой» .

**2.4. О факторах, оказывающих влияние на коммуникативный приоритет**

Приоритетность позиции одного из коммуникантов может быть обусловлена различными факторами. В первую очередь назовем более высокий статус одного из коммуникантов. Приоритетность здесь проявляется в возможности более широкого выбора языковых средств в общении с собеседником (напр., начальник может использовать фамильярные формы обращения в адрес подчиненного, но не наоборот).

Вторым значительным фактором является доминирование одного коммуниканта над другим с точки зрения энциклопедической, лингвистической и интерактивной компетенции. В.В. Богданов отмечает, что более широкая компетенция, будь то энциклопедическая, лингвистическая, интерактивная или любое их сочетание, повышает коммуникативный статус и шансы на коммуникативное лидерство. Коммуникативным лидером в данной ситуации можно считать того участника интеракции, который, обладая нетривиальной информацией, умеет донести ее до других участников общения посредством наиболее подходящих языковых средств (Богданов, 1990).