УДК 81+811.111

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ГЕТЕРОГЕННЫХ КОМПОНЕНТОВ КОММУНИКАТИВНОГО АКТА

А.И. Бочкарёв

Аннотация

В статье рассматриваются основные модели коммуникации. Анализируются такие структурные компоненты коммуникативного акта, как: адресант, адресат, контакт, сообщение и код. Выделяются четыре составляющие компонентов коммуникативного акта: 1) адресант включает аллокутивный акт и функции коммуникативного акта; 2) адресат и контакт состоят из перлокутивного и интерпретирующего актов; 3) сообщение может включать информационные, воздействующие и фатические свойства; 4) код состоит из вербальных и невербальных средств коммуникации.

Ключевые слова: адресант, адресат, контакт, сообщение, код, контекст.

Главной проблемой при описании структуры коммуникативного акта является отделение его компонентов от коммуникативных параметров ситуации, к которым относятся: квантитативные и квалитативные характеристики коммуникантов, локальные и темпоральные детерминанты, микро- и макрособытия. Так, составляющие коммуникативного акта привязаны к речевому акту, в то время как коммуникативные параметры ситуации существуют независимо от конкретного речевого акта. Это и является для нас основным критерием для разграничения рассматриваемых явлений. Следует отметить, что большинство учёных, занимающихся вопросами теории коммуникации, не проводит данного разделения (см., например, работы Т.А. ван Дейка, Ю.М. Лотмана, Г.Г. Почепцова, У. Эко и др.). Однако такое разделение, на наш взгляд, необходимо, так как мы имеем дело с разными явлениями, хоть и тесно связанными друг с другом.

Другим важным моментом является разграничение понятий *коммуникативный акт* и *речевой акт*. Данная проблема решается довольно просто: речевой акт является составляющей коммуникативного акта. В представленной работе мы не будем останавливаться на компонентах речевого акта по той причине, что они были подробно рассмотрены нами в других работах (см. [1–3]).

В рамках теории коммуникации написано множество трудов, посвящённых самым разнообразным вопросам. В настоящей работе мы изложим лишь те положения, которые необходимы для решения поставленной задачи – определения структуры коммуникативного акта.

Выбор языкового материала, который преимущественно состоит из скриптов серий популярного американского сериала “The Big Bang Theory”, обусловлен

тем, что именно в разговорной речи наиболее полно реализуются все компоненты коммуникативного акта.

В работах по теории коммуникации выделяются следующие основные понятия:

- *процесс коммуникации* – непрерывный процесс общения с кем-либо или чем-либо;
- *коммуникативное событие* (например, лекция) – фрагмент процесса коммуникации, объединённый единой задачей, местом и временем;
- *коммуникативное единство* (например, вопрос – ответ) – взаимозависимая последовательность коммуникативных актов;
- *коммуникативный акт* – минимальная единица речевого взаимодействия говорящих, определяемая интенциями и стратегией достижения цели общения.

Коммуникативные модели

Существует множество коммуникативных моделей. При этом большинство из них основано на модели, предложенной Р.О. Якобсоном [4]:

Контекст
Сообщение

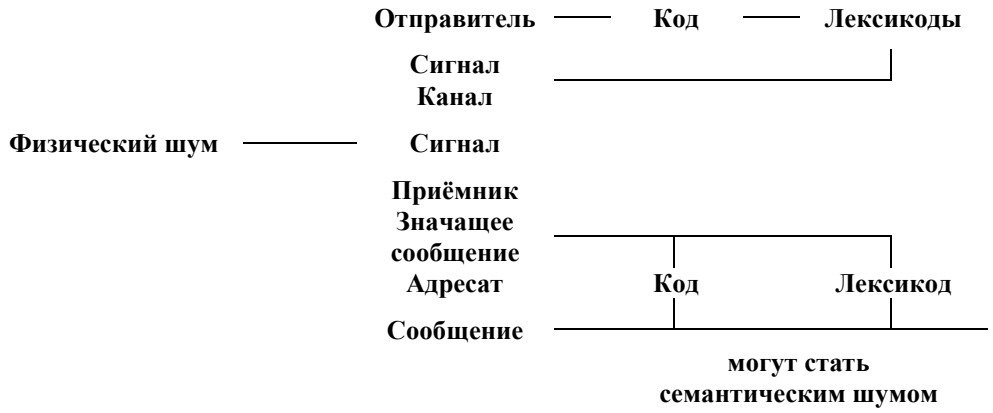
Адресант ———————————— **Адресат**

Контакт
Код

Основываясь на представленной модели, Р.О. Якобсон выделяет шесть функций речевой коммуникации: 1) эмотивная, 2) конативная, 3) фатическая, 4) реферативная, 5) поэтическая, 6) метаязыковая, – каждая из которых связана с тем или иным участником или элементом коммуникации. *Эмотивная функция* связана с адресантом и имеет целью выражение его отношения к тому, что он говорит. *Конативная функция* отражает ориентацию на адресата. *Фатическая функция* ориентирована на контакт, для неё важна не передача информации, а поддержание контакта. *Реферативная функция* связана с контекстом высказывания и представляет собой отсылку на объект, о котором идёт речь в сообщении. *Поэтическая функция* направлена на само сообщение. *Метаязыковая функция* связана с кодом (теория языка и коммуникации представляют собой метаязык для описания коммуникативного процесса) [4].

На наш взгляд, следует отметить три коммуникативных модели, которые существенно дополняют модель Р.О. Якобсона. Первая модель была составлена выдающимся отечественным лингвистом Ю.М. Лотманом [5]. Так, он отмечает, что у коммуникантов не может быть абсолютно одинаковых кодов, поскольку при полном их подобии исчезает потребность в коммуникации вообще: им просто становится не о чем говорить друг с другом. Кроме того, Ю.М. Лотман выделяет две модели коммуникации: *Я – ОН* и *Я – Я*. Последняя модель описывает случаи автокоммуникации (адресат равен адресанту).

Вторая модель была предложена итальянским семиотиком У. Эко, который расширил модель Р.О. Якобсона [6]. Представить её можно следующим образом:



У. Эко вводит в модель коммуникации такой элемент, как *лексикод*, под которым он понимает дополнительное коннотативное значение, известное лишь части аудитории [6, с. 74].

Третья модель коммуникации была предложена Ю. Кристевой [7]. Она расширяет коммуникативную модель до трёх сторон: *адресант – адресат – другие*. Важно отметить, что под другими имеются в виду те участники коммуникации, на которых не направлен конкретный речевой акт. При этом во многих случаях не существует строгого разделения между сторонами, то есть в определённые моменты коммуникации другие могут включаться в адресата или заменять его, также другие могут становиться адресантом некоторых речевых актов. Кроме того, данная модель коммуникации является частным вариантом модели Р.О. Якобсона, так как сторона *другие* может отсутствовать в той или иной коммуникативной ситуации. Адресант и адресат же являются обязательными сторонами коммуникативного процесса даже в случаях автокоммуникации (адресат равен адресанту).

Между тем значимость введения коммуникативной стороны *другие* сложно переоценить, так как она позволяет по-новому взглянуть на некоторые проблемы в рамках процесса коммуникации. Так, представленный коммуникативный треугольник помогает нам анализировать те случаи непрямой коммуникации, в которых происходит прагматический сдвиг в модели коммуникации, например, аллокутивный компонент коммуникативного акта на глубинном уровне направлен на других, в то время как сам речевой акт и аллокутивный компонент поверхностного уровня направлен на адресата. Пример:

Leonard: *(1) Howard, come on, (2) I didn't plan on this. (3) These things just happen. (4) Usually not to me, (5) but they do happen.*

Howard (to Raj and Sheldon)**:** *(6)* ***Did someone just feel a cold breeze?*** (L.-S.E.)

В представленном текстовом фрагменте Говард сказал Леонарду, что тот для него больше не существует, и он не будет с ним впредь разговаривать. Речевой акт (6) и его аллокутивный компонент на поверхностном уровне направлены на Раджа и Шелдона. Формально аллокуцию можно трактовать, как желание адресанта узнать определённую информацию. Реально же аллокутивный компонент направлен на Леонарда; Говард хочет убедить Леонарда в том, что он действительно для него больше не существует.

В подобных ситуациях можно говорить о том, что коммуникативный акт имеет разных адресатов на поверхностном и на глубинном уровне. При этом в большинстве подобных случаев формальное разграничение коммуникативных сторон – *адресат* и *другие* – носит принципиальный характер в отличие от тех ситуаций, где не происходит прагматического сдвига в коммуникативной модели.

Итак, определив модель коммуникации, в которой реализуется коммуникативный акт, самое время приступить к анализу компонентов коммуникативного акта. Значит, необходимо рассмотреть, как различные элементы коммуникации реализуются в коммуникативном акте.

Компоненты адресанта в коммуникативном акте

Данный аспект коммуникативного акта является наиболее изученным. Во многом обусловлено это тем, что на протяжении долгого времени в лингвистике исследовались преимущественно характеристики адресанта, в то время как характеристикам адресата не уделялось должного внимания. Эта ситуация объясняется прежде всего тем, что именно адресант порождает коммуникативный акт и выбирает канал, код, сообщение и адресата коммуникативного акта.

В коммуникативном акте выделяются следующие компоненты адресанта.

1. Аллокутивный акт.

Аллокуция – намерение адресанта достигнуть какой-либо цели посредством говорения. Соответственно, аллокутивный акт – это акт, передающий намерение адресанта. Следует отметить, что сразу несколько аллокутивных актов могут быть реализованы посредством одного речевого акта. Рассмотрим, например, такой речевой акт, как *комплимент*. Аллокуция данного речевого акта может быть разной:

- адресант хочет понравиться адресату;
- адресант хочет убедить адресата сделать что-то;
- адресант хочет вызвать раздражение адресата, так как знает, что адресат не любит комплименты, считая их лестью;
- адресант хочет задержать внимание адресата (цель может быть различна) и т. д.

Кроме того, адресант может реализовывать несколько из вышеперечисленных аллокуций одновременно.

Аллокуция становится однозначной только в том случае, если она непосредственно выражена в речевом акте. В большинстве же случаев аллокутивный акт не находит прямого выражения в речевом акте. Тем не менее аллокутивный акт всё же может быть представлен в соответствующем речевом акте, что говорит о тесной связи аллокутивного акта с речевым.

Исследование аллокутивного акта само по себе представляется нам достаточно перспективным для различных областей лингвистики. Так, лингвистическая экспертиза текста зачастую направлена именно на доказательство того, что адресант в своём высказывании выразил ту или иную аллокуцию.

2. Функции коммуникативного акта.

Мы считаем оправданным ограничение общего количества функций теми шестью, что выделил Р.О. Якобсон. При этом нельзя не отметить: хотя Р.О. Якобсон привязал к каждому элементу модели коммуникации определённую функцию,

все эти функции задаются адресантом коммуникативного акта. Следовательно, функции коммуникативного акта являются компонентами адресанта.

Компоненты адресата и контакта в коммуникативном акте

В последние десятилетия интерес к роли адресата в построении процесса коммуникации возрастает (см. [8, 9]). Это объясняется тем, что успешность коммуникации во многом зависит от правильной интерпретации адресатом коммуникативных компонентов адресанта. Мы решили рассмотреть две составляющие коммуникативного акта вместе по той причине, что они, на наш взгляд, тесно связаны друг с другом.

1. Перлокутивный акт.

Следует отметить, что перлокутивный акт – акт интерпретации адресатом аллокутивного акта адресанта – не менее, а во многих случаях даже и более (например, когда выполнение действия зависит от адресата) значим для коммуникативной ситуации, чем аллокутивный акт. Адекватность интерпретации адресатом аллокутивного акта адресанта зависит прежде всего от схожести наборов пресуппозиций и импликатур участников коммуникации. Важным также является вопрос соотношения аллокуции и перлокуции. Мы выделили следующие случаи возможных отношений:

А. Адресант хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. Адресат правильно интерпретирует аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает поставленной цели. Например:

Sheldon: *(1)* ***I'm sorry, but I'm not going to watch The Clone Wars TV series*** *(2)* ***until I've seen The Clone Wars movie.*** *(3) I prefer to let George Lucas disappoint me in the order he intended.*

Leonard: *(4) I want to watch it now.*

Sheldon: *(5)* ***Then I believe we've arrived at another quintessential rock-paper-scissors-lizard-Spock moment.***

Leonard: *(6) Watch whatever you want* (L.-S.E).

В представленном фрагменте Шелдон хочет убедить Леонарда переключить канал. Леонард правильно интерпретирует аллокуцию Шелдона, отказываясь при этом совершить запрашиваемое действие. В дальнейшем Шелдон всё же добивается поставленной цели.

Б. Адресант хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. Адресат не интерпретирует правильно аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция не равна перлокуции, при этом адресант не достигает своей цели. Например:

Penny: *(1)* ***I always say when one door closes, another one opens.***

Sheldon: *(2) No, it doesn't. (3) Not unless the two doors are connected by relays – (4) or there are motion sensors involved.*

Penny: *(5) No, I meant…*

Sheldon: *(6) Or if the first door closing creates a change of air pressure (7) that acts upon the second door.*

Penny: *(8) Never mind* (L.F.E.).

Первый коммуникант хочет преобразовать негативное психологическое состояние второго коммуниканта в позитивное, но последний расшифровывает неправильно как аллокуцию коммуникативного акта (считая, что целью первого коммуниканта является утверждение определённой пропозиции), так и его локуцию (понимая смысл буквально).

В. Адресант не хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. Адресат правильно интерпретирует аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает своей цели. Например:

Missy: *(1) Hi, Leonard. (2)What's up?*

Leonard: *(3)* ***Since you're leaving tomorrow,*** *(4)* ***I was wondering if you'd like to go to dinner with me.***

Missy: *(5) That's so sweet. (6) But no. Thanks.*

Leonard: *(7) Do you have other plans or…*

Missy: *(8) No.*

Leonard: *(9) All right. (10) Enjoy the rest of your evening.*

Missy: *(11) Thanks* (P.C.I.).

В представленном фрагменте целью Леонарда является соблазнение Мисси, при этом он не хочет, чтобы девушка догадывалась о его цели, так как экспликация данной цели во многих случаях значительно уменьшает шансы адресанта на успех. Девушка сразу же догадывается о намерениях Леонарда и не соглашается идти с ним на ужин.

Г. Адресант не хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. Адресат не интерпретирует правильно аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция не равна перлокуции, при этом адресант либо добивается, либо не добивается своей цели. Например:

Howard: *(1)* ***Howard Wolowitz, CalTech Department of Applied Physics.*** *(2)* ***You may be familiar with some of my work.*** *(3)* ***It's currently orbiting Jupiter's largest moon, taking high-resolution digital photographs.***

Penny [pause]**:** *(4) I work at The Cheesecake Factory* (P.).

В приведённом фрагменте Говард пытается соблазнить Пенни, рассказывая ей о своих достижениях. В данном случае адресанту не удаётся добиться своей цели, так как адресат не способен оценить ценность фактов, которые предоставляет ей адресант.

Д. Коммуникативный акт имеет поверхностную и глубинную аллокуцию. Адресант хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал поверхностную аллокуцию коммуникативного акта. Адресат интерпретирует поверхностную аллокуцию коммуникативного акта. Перлокуция равна поверхностной аллокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает своей цели. Например:

Sheldon: *(1) This is great. (2) Look at me. (3) I'm in the real world of ordinary people just living their ordinary, colorless workday lives.*

Penny: *(4)* ***Thank you.***

Sheldon: *(5) Thank you* (L.F.E.).

Речевые акты-экспрессивы со стандартной формой выражения имеют закреплённую иллокуцию и аллокуцию. В анализируемом фрагменте мы имеем дело с речевым актом благодарности, поверхностной аллокуцией которого

является формирование положительного психологического состояния адресата по отношению к адресанту. Глубинной аллокуцией является выражение негативного психологического состояния (в данном случае насмешки) адресанта по отношению к адресату. Первый не хочет, чтобы адресат правильно проинтерпретировал глубинную аллокуцию, так как это усилит эффект насмешки. Обычно подобные коммуникативные акты имеются при наличии стороны «другие». В данном примере – частичная автокоммуникация.

Е. Коммуникативный акт имеет поверхностную и глубинную аллокуцию. Адресант хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал поверхностную аллокуцию коммуникативного акта. Адресат интерпретирует глубинную аллокуцию коммуникативного акта. Перлокуция равна глубинной аллокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает своей цели. Например:

Penny: *(1)* ***Tip your waitresses.*** *(2)* ***I'm here all week.***

Sheldon: *(3) Penny, just to save you from further awkwardness, (4) know that I'm perfectly comfortable with the two of us climbing the stairs in silence.*

Penny: *(5) Oh, yeah. Ok. Me too* (C.-H.P.).

В приведённом примере поверхностной аллокуцией адресанта является формирование положительного психологического состояния адресата при помощи шутки. На глубинном уровне адресант хочет избежать молчания, так как считает его неловким в данной ситуации. На самом деле адресанта не волнует психологическое состояние адресата. Последний правильно интерпретирует глубинную аллокуцию адресанта и говорит, что нет нужды избегать молчания.

Число отношений возрастает в шесть раз, если имеется трёхсторонняя модель коммуникации: *адресант – адресат – другие*. На примере первого вида отношений аллокуции и перлокуции рассмотрим, каким образом происходит данное увеличение числа отношений.

А 1). Адресант хочет, чтобы и адресат, и другие правильно интерпретировали аллокуцию коммуникативного акта. И адресат, и другие правильно интерпретируют аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает своей цели. Например:

Howard: *(1) Hey, look who's come.*

Sheldon's mother: *(2)* ***You'll spook him.*** *(3)* ***He's like a baby deer.*** *(4)* ***You got to let him come to you*** (L.F.E.).

В представленном примере мама Шелдона просит Говарда не обращать внимания на Шелдона. Подразумевается, что другие сделают то же самое. Она хочет, чтобы Шелдон присоединился к их компании. Адресат и другие правильно интерпретируют аллокуцию адресанта и молчат. При этом адресант добивается своей цели.

А (2). Адресант хочет, чтобы и адресат, и другие правильно интерпретировали аллокуцию коммуникативного акта. Только адресат правильно интерпретирует аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант не достигает своей цели. Например:

Howard: *(1) Is she doing it one thing at a time, (2) or does she throw it all like some sort of erotic bouillabaisse?*

Penny (to Leonard)**:** *(3)* ***He really needs to dial it down.***

Leonard: *(4) I know* (D.P.).

Пенни не нравится поведение Говарда, она считает его сексуально озабоченным. Она не хочет, чтобы Говард в дальнейшем вёл подобные разговоры и говорит об этом Леонарду. При этом Леонард соглашается с Пенни, а из дальнейшего поведения Говарда становится очевидным, что он неправильно интерпретировал аллокуцию Пенни, так как он продолжит вести подобные разговоры, считая, что они нравятся Пенни.

А (3). Адресант хочет, чтобы только адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. И адресат, и другие правильно интерпретируют аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант не достигает своей цели. Следует отметить, что в подобных случаях другие являются нежелательным участником коммуникативного процесса. Например:

Mahoney: *(1) Tack, you've been with women before.*

Tackleberry: *(2) Well, I…*

Mahoney: *(3) You've had one woman before.*

Tackleberry: *(4) Well, not really.*

Mahoney: *(5) I've seen you walking with girls.*

Tackleberry: *(6) To be precise…*

Mahoney: *(7) You're 28 years old. (8) You're a man of the world…*

Tackleberry: *(9)* ***Mahoney, I'm a virgin!*** (to others) *(10) Go about your business. (11) Or I'll crack some heads!* (P.A.2.).

В приведённом примере адресант признаётся адресату в том, что он девственник. Действие происходит в шумном баре, поэтому адресант думает, что другие не услышат это признание. На деле же, когда адресант сообщает адресату о том, что он девственник, в баре воцаряется молчание. Адресант понимает, что все услышали его признание, и он начинает угрожать присутствующим. В рассматриваемом случае сторона «другие» является нежелательным участником коммуникации, то есть адресант не хочет, чтобы другие становились участником коммуникативного акта.

А (4). Адресант хочет, чтобы только адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. Только адресат правильно интерпретирует аллокуцию коммуникативного акта. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает своей цели. Например:

Howard: *(1) My last name is Wolowitz.*

Christie: *(2) That's so cool. (3) My first Jew.*

Sheldon (to Penny)**:** *(4)* ***I imagine there aren't very many Kosher Cornhuskers*** (L.P.).

В данном примере Шелдон сообщает Пенни о том, что он негативно относится к Кристи, считая её легкодоступной женщиной. Только Пенни правильно интерпретирует аллокуцию Шелдона, так как наедине с ней он уже выражал своё негативное отношение к Кристи. Другие не могут интерпретировать правильно аллокуцию Шелдона, так как без контекста очень сложно понять смысл высказывания.

А (5). Адресант хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. Для адресанта не имеет никакого значения, как аллокуцию интерпретируют другие. И адресат, и другие правильно интерпретируют

аллокуцию. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает своей цели. Например:

Penny: *(1) If you guys need a fourth, (2) I'll play.*

Leonard: *(3) Great idea.*

Sheldon (to Leonard)**:** *(4)* ***No.*** *(5)* ***The wheel was a great idea,*** *(6)* ***relativity was a great idea.*** *(7)* ***This is a notion,*** *(8)* ***and a rather sucky one at that.***

Penny: *(9) Why?* (D.P.)

В представленном примере Шелдон не хочет играть вместе с Пенни, о чём и сообщает Леонарду, который хочет принять Пенни в свою команду. Его аллокуция правильно интерпретирована всеми участниками коммуникации.

А (6). Адресант хочет, чтобы адресат правильно интерпретировал аллокуцию коммуникативного акта. Для адресанта не имеет никакого значения, как аллокуцию интерпретируют другие. Только адресат правильно интерпретирует аллокуцию. Аллокуция равна перлокуции, при этом адресант либо достигает, либо не достигает своей цели. Например:

Sheldon (to Leonard)**:** *(1)* ***I don't know your odds are in the world as a whole,*** *(2)* ***but as far as the population of the car goes,*** *(3)* ***you're a veritable mack daddy*** (P.).

В анализируемом примере Шелдон критикует коммуникантов, находящихся с ним в одной машине. Другие не интерпретируют аллокуцию Шелдона вообще, так как каждый занят своим делом. Только Леонард правильно интерпретирует аллокуцию Шелдона.

2. Интерпретирующий акт.

Необходимость изучения интерпретирующих актов – актов интерпретации адресатом речевого акта адресанта – обусловлена тем, что, по сути, они составляют одно коммуникативное единство с речевым актом. При этом в идеальном варианте речевой и интерпретирующий акты должны полностью совпадать. Для реальной коммуникации мы предлагаем следующую формулу: чем больше интерпретирующий акт совпадает с речевым актом, тем адекватнее процесс коммуникации.

Лингвисты начали изучать интерпретирующие акты в конце 80-х годов XX в. Одним из первых проблемой интерпретирующих актов занялся американец У.В. Харрис, который отметил, что для успешной реализации конкретного коммуникативного акта определяющую роль играет разница в контекстуальной базе коммуникантов, необходимой для интерпретации соответствующего речевого акта. Следовательно, чем больше эта разница, тем больше вероятность коммуникативной неудачи [9].

Ряд учёных придерживается той позиции, что интерпретируемый речевой акт содержит все теоретически возможные значения, а адресат выбирает то значение, которое он считает подходящим (см., например, [8–9]). Мы же придерживаемся той позиции, что речевой акт адресанта, безусловно, воспринимается адресатом в виде набора возможных значений, но эти значения основаны на знаниях адресата, которые ограничивают количественный потенциал значений речевого акта. Так, теоретически речевой акт может содержать ряд значений, которые адресат может и не привязывать к данному речевому акту.

Следует отметить, что интерпретирующий акт в большинстве случаев имплицирован, но иногда он может находить выражение в речи. Это касается ситуаций,

когда адресат уточняет значение того или иного речевого акта адресанта. Таким образом адресат показывает, как он проинтерпретировал речевой акт адресанта. Например:

I: *(1) I need a diversion. (2) I need to get rid of those guys in the carpet car.*

Lula: *(3)* ***Do you mean you want to get rid of them?*** *(4)* ***Or do you mean you don't want them following you?***

I: *(5) I don't want them following me* (H.S., p. 144).

В данном примере речевые акты (3) и (4) являются интерпретирующими актами речевого акта (2). Адресат проверяет, какая из двух возможных интерпретаций является верной.

Компоненты сообщения в коммуникативном акте

Большинство компонентов сообщения коммуникативного акта принадлежат также речевому акту. Свойства сообщения являются самым значимым компонентом сообщения, не входящим в состав речевого акта. Данная группа напрямую зависит от интенций и целей адресанта. Поэтому, на наш взгляд, оптимальным будет разбить все свойства сообщения на три группы.

1. Информационные свойства.

Свойства данной группы связаны с особенностями передачи информации. Она включает обширный набор частных свойств. Например, одним из свойств редуцированных речевых актов является их ёмкость, то есть при помощи одного эксплицитно выраженного речевого акта может быть передан смысл двух речевых актов. Употребление подобных речевых актов связано со стремлением адресанта к языковой компрессии по тем или иным причинам:

Vida: [Looking at her watch which lies on the dressing-table.] (Implicit: *What is the time?*) ***My watch has stopped*** (N.Y.I.).

Другим информационным свойством является неоднозначность, то есть передаваемую адресантом информацию нельзя интерпретировать однозначно. Употребление подобных речевых актов может быть связано с желанием адресанта отказаться от своих слов при каких-либо неблагоприятных для него обстоятельствах. Например, если цель адресанта польстить адресату или похвалить себя, то адресант использует неоднозначные речевые акты, для того чтобы хочет снизить вероятный урон своей репутации:

– ***How could you catch balls so good?*** *– Yeap, you're right! I really do it good. – You do* (C., p. 159).

2. Воздействующие свойства.

Одни и те же речевые акты в разных контекстах обладают разным воздействующим потенциалом, причём это может касаться не только слов и предложений, но и, например, знаков препинания. Так, воздействие на адресата может выражаться путём отсутствия пунктуации в тексте. Обратимся к роману Дж. Джойса «Улисс», в последней главе которого автор, для того чтобы показать непрерывность потока женского сознания, умышленно избегает знаков препинания: *Yes because he never did a thing like that before as ask to get his breakfast in bed with a couple of eggs since the City Arms hotel when he used to be pretending to be laid up with a sick voice doing his highness to make himself interesting for that*

old faggot Mrs Riordan that he thought he had a great leg of and she never left us a farthing all for masses for herself and her soul greatest miser ever was actually afraid to lay out 4d for her methylated spirit telling me all her ailments she had too much old chat in her about politics and earthquakes and the end of the world let us have a bit of fun first God help the world if all the women were her sort down on bathingsuits and lownecks of course nobody wanted her to wear them I suppose (U.). Таким образом, отсутствие знаков препинания способствует усилению воздействия на адресата.

3. Фатические свойства.

Свойства данной группы связаны с особенностями установления, поддержания и завершения контакта. Так, в разных коммуникативных ситуациях одни и те же речевые акты обладают разным эмфатическим потенциалом. Например, автор использует транслитерированные русские слова в тексте, написанном на английском языке, выражая тем самым своё восхищение Анной Чапман (вывод, что это именно восхищение, основан на последующем контексте): *So much remains a mystery about the duplicitous and racy New York life of Anna Chapman, so let this be heard loud and clear:* ***Do svidanya, Anya. My uzhe skuchayem po tebe…*** *As stated in halting Russian above, goodbye Anna. We already miss you* (N.Y.T.). Эти же самые слова, но уже в русском тексте, обладают несравнимо меньшим эмфатическим потенциалом.

Важно отметить, что свойства сообщения не закреплены за речевым актом, они всегда реализуются только в рамках коммуникативного акта. Кроме того, один и тот же речевой акт может реализовывать разные свойства одновременно. На наш взгляд, данный аспект коммуникативного акта заслуживает более пристального внимания и нуждается в тщательном исследовании.

Компоненты кода в коммуникативном акте

Для начала определим существующие виды кода. В современной лингвистической науке выделяют два основных вида кода: вербальный и невербальный.

1. Вербальные средства коммуникации можно разделить на письменные и устные.

2. Невербальные средства коммуникации включают изображения, физические предметы, конкретные действия, жесты и т. д. Традиционно – в рамках теории коммуникации – их делят на две группы: первичные (система жестов, пантомима, мимика и т. д.) и вторичные (азбука Морзе, языки программирования и т. д.).

Говоря о коде как о составляющей коммуникативного акта, прежде всего следует отметить, что код конкретного коммуникативного акта всегда нужно соотносить с кодом его контекста. Так, код одного коммуникативного акта может быть либо равен коду всего контекста, либо противопоставлен ему. В последнем случае код является коммуникативно значимым. Кроме того, следует отметить, что код контекста может быть разнородным на всём своём протяжении. Сообщения, закодированные последним способом, называются креолизованными.

Компоненты контекста в коммуникативном акте

Компоненты контекста высказывания исключаются нами из коммуникативного акта и относятся к внешним характеристикам речевого акта на том основании, что контекст высказывания со всеми его компонентами существует относительно независимо от конкретного речевого акта.

Заключение

В статье преимущественно на материале популярного телевизионного сериала “The Big Bang Theory” нами были подробно рассмотрены все компоненты коммуникативного акта: адресант, адресат, контакт, сообщение и код. Исследование позволило выделить следующие составляющие компонентов коммуникативного акта:

1) адресант включает аллокутивный акт и функции коммуникативного акта;

2) адресат и контакт состоят из перлокутивного и интерпретирующего актов;

3) сообщение может включать информационные, воздействующие и фатические свойства;

4) код состоит из вербальных и невербальных средств коммуникации.

Summary

A.I. Bochkarev. Functional and Pragmatic Characteristics of Heterogeneous Components of Communicative Acts.

This paper considers the main models of communication. The following structural components of a communicative act are analyzed: sender, recipient, contact, message, and code. Four constituents of communicative act components are singled out: 1. Sender includes allocutionary act and communicative act functions; 2. Recipient and contact consist of perlocutionary and interpretive acts; 3. Message may include informative, influencing and phatic properties; 4. Code consists of verbal and non-verbal means of communication.

Keywords: sender, recipient, contact, message, code, context.

Источники

L.-S.E. – The Big Bang Theory: The Lizard-Spock Expansion. – URL: http://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=big-bang-theory&episode=s02e08, свободный.

L.F.E. – The Big Bang Theory: The Luminous Fish Effect. – URL: http://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=big-bang-theory&episode=s01e04, свободный.

P.C.I. – The Big Bang Theory: The Pork Chop Indeterminacy. – URL: http://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=big-bang-theory&episode=s01e15, свободный.

P. – The Big Bang Theory: Pilot. – URL: http://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=big-bang-theory&episode=s01e01, свободный.

C.-H.P. – The Big Bang Theory: The Cooper-Halfstader Polarization. – URL: http://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=big-bang-theory&episode=s01e09, свободный.

D.P. – The Big Bang Theory: The Dumpling Paradox. – URL: http://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=big-bang-theory&episode=s01e07, свободный.

P.A.2. – Police Academy 2. – URL: http://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=police-academy-2-their-first-assignment, свободный.

H.S. – *Evanovich J.* Hot Six: A Stephanie Plum Novel. – N. Y.: St. Martin's Press, 1994. – 353 p.

N.Y.I. – *Mitchell L.* The New York Idea. – URL: http://www.gutenberg.org/files/25565/25565-h/25565-h.htm, свободный.

U. – *Joyce J.* Ulysses. – URL: http://www.gutenberg.org/files/4300/4300-h/4300-h.htm, свободный.

N.Y.T. – New York Times. – URL: http://www.nytimes.com, свободный.

C. – *Levon O.* Caverns. – N. Y.: Penguin Books USA Inc, 1994. – 324 p.

Литература

1. *Бочкарёв А.И.* Классификация речевых актов // Межкультурная коммуникация: лингвистические и лингводидактические аспекты: Сб. материалов III Междунар. науч.-метод. конф. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2012. – С. 4–9.
2. *Бочкарёв А.И.* Косвенные речевые акты в реактивных репликах вопросно-ответных единств // Вестн. Сургут. гос. пед. ун-та. – 2011. – № 4 (15). – С. 28–33.
3. *Бочкарёв А.И.* О синтактическом измерении речевого акта // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. – 2014. – № 6. – С. 194–198.
4. *Якобсон Р.О.* Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». – М.: Прогресс, 1975. – С. 193–230. – URL: http://philologos.narod.ru/classics/jakobson-lp.htm, свободный.
5. *Лотман Ю.М.* Внутри мыслящих миров. – М.: Яз. рус. культуры, 1996. – 464 с.
6. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. – М.: Петрополис, 1998. – 432 с.
7. *Кристева Ю.* Семиотика: Исследования по семанализу. – М.: Акад. Проект, 2013. – 288 с.
8. *Kreckel M.* Communicative Acts and Shared Knowledge in Natural Discourse. – N. Y.: Acad. Press, 1981. – 316 p.
9. *Harris W.V.* Interpretive Acts: In Search of Meaning. – Oxford: Clarendon Press, 1988. – 192 p.

Поступила в редакцию
24.03.15

Бочкарёв Арсентий Игоревич – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков технических факультетов, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия.

E-mail: *arsentiy_87@mail.ru*