

И. Н. Софронова (Минск)

ЭМОЦИОНАЛЬНО НАСТРАИВАЮЩИЕ ТАКТИКИ В РЕЧЕВОЙ СИТУАЦИИ ПРОСЬБЫ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

В ряду директивных речевых актов просьба занимает особое положение в силу того, что социально-психологические характеристики коммуникантов проявляются в данном случае наиболее очевидно. Реализация интересов говорящего и слушающего не зависит в ситуации просьбы от заранее заданных статусных параметров. Ситуативно приоритетная позиция адресата (независимо от действительных субординативных отношений) обуславливает альтернативность решения вопроса о выполнении каузируемого действия. В этой связи, чтобы усилить воздействие на адресата, говорящий предпринимает целый ряд превентивных коммуникативных ходов, призванных блокировать возможный отказ от выполнения просьбы. Все эти ходы ориентированы на достижение гармонии интересов и могут быть охарактеризованы как эмоционально настраивающие.

Мы поставили перед собой задачу установить, влияет ли гендер на использование эмоционально настраивающих ходов в ситуации просьбы. Решение данной задачи представляется важным в плане выявления особенностей реализации директивной модальности и построения на этой основе моделей мужского и женского речевого поведения в конкретной ситуации общения.

В качестве материала для исследования использовались диалогические контексты из произведений современной художественной литературы. Наш материал позволил выделить следующие эмоционально настраивающие коммуникативные ходы.

Апелляция к отношениям, чувствам:

– *Вот видишь. А теперь мне совсем край <...> Везде выследят. Выручай, а? **Не дай погибнуть*** (Д. Вересов. Крик Ворона);

Данный коммуникативный ход, по сути, объединяет разные речевые действия, однако характер неформальных межличностных отношений напрямую зависит от того, какие чувства испытывают люди друг к другу. В этой связи провести жесткую границу между апелляцией к чувствам и апелляцией к отношениям не всегда представляется возможным. Таким образом, мы имеем в этом случае дело с известным синкретизмом, поэтому не считаем принципиальным, что выступает на первый план – отношение или чувства.

Характерно, что в мужской и женской речи актуализация того или иного типа отношений обнаруживает зависимость от пола адресата. Так, типично женской реализацией коммуникативного хода «апелляция к чувствам, отношениям» при общении с мужчиной является *ты сделаешь это ради меня?* В гомогенном мужском общении наиболее частотна такая реализация, как *будь другом*. Последняя зафиксирована и в женской речи, однако преимущественно при обращении с просьбой к мужчине. Данное обстоятельство очевидным образом связано с социально и психологически обусловленными различиями в мужской и женской картине мира, где иерархия жизненных ценностей и установок не идентична.

2. Апелляция к высшим силам:

– *Ну пожалуйста, я прошу тебя!* – она неожиданно бросилась мне на шею. – <...> **Ради всего святого!** Я не хочу умирать! Спаси меня! Пожалуйста! (А. Ромаданов. Золотое яичко Тамагочи).

Данный коммуникативный ход представляет собой в достаточной степени клишированное, ритуализированное речевое действие. В силу этого он частично десемантизируется и сближается с эмоционально-императивным междометием, которое, с одной стороны, выступает как показатель особой заинтересованности говорящего в каузируемом действии, а с другой – интенсифицирует значение побуждения. Такие десемантизированные восклицания, выражающие оценку состояния говорящего, придают речи эмоциональность. Они спорадически встречаются в мужской речи независимо от пола адресата и отличаются высокой активностью в женской, преимущественно при общении с мужчиной.

3. Апелляция к гендерным стереотипам:

– *Ваня, – повернулся он к Алтыннику, – давай с тобой поговорим как мужчина с мужчиной* <...> *я тебя очень прошу* <...> *поедем с нами* (В. Войнович. Путем взаимной переписки);

– *Сделайте что-нибудь, вы же мужчина!* – Она всхлинула... (Д. Рубина. Двойная фамилия).

Проанализированный материал свидетельствует об очевидной гендерной маркированности данного коммуникативного хода. Он встречается как в мужской, так и в женской речи, но только по отношению к мужчине. Стереотип женственности в ситуации просьбы оказывается не востребуемым. Вероятно, ситуативно приоритетная позиция адресата, его ответственность за принятие решения в

большей степени ассоциируются с представлением об активно действующем волевом начале, что и способствует экспликации соответствующих признаков в речи.

4. Апелляция к достоинствам адресата:

Евдокимов. <...> Владька, ты отличный парень ... Понимаешь <...> у меня горит свидание <...> Ты не сможешь подъехать к метро и передать записочку? (Э. Радзинский. 104 страницы про любовь).

Посредством данного коммуникативного хода говорящий актуализирует те положительные качества адресата, которые не позволяют ему не выполнить каузируемое действие. При этом не имеет существенного значения, обладает ли этими качествами адресат в действительности или они ему приписаны говорящим. В последнем случае апелляция к достоинствам адресата сближается с лестью.

Данный коммуникативный ход востребован как в мужской, так и в женской речи, однако в мужской речи его частотность выше.

5. Апелляция к нравственным нормам:

– *Валер, сходи, а? Будь человеком...* (В. Токарева. Хэппи энд).

Поскольку в содержательном отношении данный коммуникативный ход ориентирован на общечеловеческие ценности, то естественно, что он одинаково представлен как в мужской, так и в женской речи независимо от пола адресата.

6. Апелляция к этнокультурным стереотипам:

– *Вы грузин?* – *спросила она.*

– *Грузин, – сказал Лаша. – А что?*

– *Значит, рыцарь?*

Лаша насторожился.

– *Возьмите себе мою валюту. Тут мелочь...* (В. Токарева. Сентиментальное путешествие)

Данный коммуникативный ход представлен в нашем материале единичными примерами в женской речи.

В целом проанализированный материал показывает, что набор эмоционально настраивающих коммуникативных ходов не обнаруживает различий в мужской и женской речи. Однако гендерный фактор проявляет себя в распределении и предпочтительном использовании тех или иных коммуникативных ходов мужчинами и женщинами в зависимости от пола адресата. Так, в женском гомогенном общении, которое, по многочисленным данным, характери-

зуется стремлением к сотрудничеству, равноправному взаимодействию, эмоционально настраивающие коммуникативные ходы востребованы мало. Однако их частотность резко возрастает при общении с мужчиной. В мужской речи ситуация прямо противоположная. При общении мужчины с женщиной частота использования эмоционально настраивающих коммуникативных ходов заметно ниже, чем в мужском гомогенном общении. Вероятно, устоявшееся, культурно закрепленное представление о мужском типе поведения как авторитарном и некооперативном требует от говорящего (независимо от пола) большей гибкости и убедительности в экспликации побуждения, чтобы избежать отказа.