

УДК 811.11: 81'42'2-83

**Л. О. Луценко**

## **СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВНОЇ ВВІЧЛИВОСТІ В ДИСКУРСИВНІЙ ПРАКТИЦІ БРИФІНГУ**

Луценко Л. О. Стратегії позитивної ввічливості в дискурсивній практиці брифінгу.

Статтю присвячено дослідженню стратегій позитивної ввічливості у дискурсивному просторі брифінгу. Незважаючи на інституційність цього дискурсу, що виявляється на рівні ролевої дистрибуції, оточення, цілеспрямованості мовлення, статусу учасників комунікації тощо, стратегії позитивної ввічливості, зокрема, стратегія залучення адресата й адресанта до спільної діяльності, стратегія маніфестації спільності з адресатом, стратегія ствердження групової ідентичності, стратегія жартування, відіграють значущу й важливу роль у процесі розгортання мовленнєвого контакту в дискурсі брифінгу.

*Ключові слова:* дискурс, позитивна ввічливість, «обличчя», стратегія, тактика.

Луценко Л. А. Стратегии позитивной вежливости в дискурсивной практике брифинга.

Статья посвящена исследованию стратегий позитивной вежливости в дискурсивном пространстве брифинга. Несмотря на институциональность этого дискурса, которая проявляется на уровне ролевой дистрибуции, окружения, целеустремленности речи, статуса участников коммуникации и т. д., стратегии позитивной вежливости, в частности, стратегия привлечения адресата и адресанта к общей деятельности, стратегия манифестации общности с адресатом, стратегия утверждения групповой идентичности, стратегия использования шутки, играют значимую и важную роль в процессе развертывания речевого контакта в дискурсе брифинга.

*Ключевые слова:* дискурс, позитивная вежливость, «лицо», стратегия, тактика.

Lutsenko L. Strategies of positive politeness in a discursive practice of briefing.

This article aims at highlighting one of the most Being a very important aspect of humans' lives, linguistic politeness has become is the central concern of many scholars in different fields of studies including pragmatics, sociolinguistics, cultural studies, comparative/ contrastive studies and so forth. It is, therefore, no surprise to see a variety of definitions of this phenomenon, however, the one proposed by Brown and Levinson is most widely accepted. Utilizing the notion of "face", "politeness" is regarded by the researchers as having a dual nature: "positive politeness" indicating similarities amongst interlocutors or expressing an appreciation of the interlocutor's self-image and "negative politeness" saving the interlocutor's "face" (either "negative" or "positive") by mitigating face threatening acts, such as advice-giving and disapproval, or satisfying "negative face" by indicating respect for the addressee's right not to be imposed on. There are 15 strategies of positive politeness: notice, attend to the hearer, exaggerate, intensify interest to the hearer, use in-group identity markers, seek agreement, avoid disagreement, presuppose / raise / assert common ground, joke, assert or presuppose the speaker's knowledge and concern for the hearer's wants, offer / promise, be optimistic, include both the speaker and the hearer, give reasons, assume or assert reciprocity and give gifts to the hearer. Brown and Levinson list the following 10 strategies that make use of negative politeness: be conventionally indirect, question, hedge, be pessimistic, minimize the imposition, give deference, apologize, impersonalize the speaker and the hearer, state the face threatening acts as a general rule, nominalize, go on record as incurring a debt, or as not indebted.

It is a commonplace practice to treat briefing as an argumentative discourse and examine it from the perspective of negative politeness taking into consideration the fact that the discourse in question is characterized by a variety of institutional features including role distribution, public setting, purposeful talk, institutional roles etc. However, this paper seeks to identify strategies and tactics of positive politeness employed in briefings held daily at the Office of the White House Press Secretary. These strategies of positive politeness, in particular, include both the speaker and the hearer, presuppose / raise / assert common ground, use in-group identity markers, joke aim at lessening the distance and creating to some extent informal and friendly atmosphere between interlocutors in briefing. Thus, the author of the article has attempted to open a new discussion about this institutional talk represented by two parties involved – the speech podium and the press.

*Key words:* discourse, positive politeness, "face", strategy, tactic.

Починаючи з 80-х років ХХ століття, наукові розвідки ввічливості зазнають істотних змін, зусилля науковців скеровані на виокремлення і дослідження відповідної категорії. Спостерігається тенденція зростання наукового інтересу до зазначеного лінгвістичного феномена з боку багатьох гуманітарних напрямків: психології, етнопсихології, психолінгвістики, соціолінгвістики, прикладної лінгвістики, теорії комунікації, прагматики. Філологічна дискусія, започаткована П. Браун і С. Левінсоном у монографії «Politeness: Some universals in language usage» (1987), в умовах сьогодення набуває оновленого концептуального наповнення в роботах ряду дослідників вітчизняного, пострадянського та зарубіжного простору (Н. Бабич, В. Литовченко, О. Мельничук, М. Стельмахович, М. Телеки, Х. Арндт, Г. Каспер, Ф. Кульмас, А. Кашер, Р. Лакофф, М. Сіфіанов, Р. Уотс, Б. Фрейзер та ін.), у яких досліджено зв'язок ввічливості з соціальними нормами та стереотипами, окреслено взаємозв'язок ввічливості з конверсаційними максимами, висвітлено ввічливість в аспекті дотримання конверсаційного контракту.

Слід зазначити, що домінувальними у процесі дослідження ввічливості більшість учених вважає теоретичні положення, запропоновані П. Браун і С. Левінсоном, де ввічливість визначається з позицій збереження «обличчя» – своєрідного соціального іміджу або набору бажань (*set of wants*), що можуть задовольнити тільки дії інших [3, с. 59–66]. При цьому виокремлюють негативну ввічливість, у якій важливим і значущим фактором виступає необхідність поваги особистої автономії адресата й адресанта, та позитивну, що використовується задля зменшення дистанції між співрозмовниками. Негативна ввічливість реалізується в десяти локальних стратегіях: висловлюйся у непрямий спосіб (*Be conventionally indirect*); став запитання, будь ухильним (*Question, hedge*); будь песимістичним (*Be pessimistic*); мінімізуй ступінь втручання (*Minimize the imposition*); стався з повагою (*Give deference*); вибачайся (*Apologise*); деперсоніфікуй мовця й адресата (*Impersonalise S and H*); представляй акт, що загрожує «обличчю», як загальне правило (*State the FTA as a general rule*); використовуй номіналізацію (*Nominalise*); висловлюйся так, нібито адресат робить послугу мовцю або нібито мовець не робить ніякої послуги адресату (*Go on record as incurring a debt, or as not indebted*) [3, с. 131]. Позитивна ввічливість ґрунтується на

п'ятнадцяти локальних стратегіях: помічай слухача, приділяй увагу йому, його інтересам, бажанням, потребам (*Notice, attend to the hearer (his interests, wants, needs, goods)*); перебільшуй (інтерес, схвалення, симпатію до слухача) (*Exaggerate (interest, approval, sympathy with the hearer)*); підкреслюй інтерес до слухача (*Intensify interest to the hearer*); використовуй маркери належності до групи (*Use in-group identity markers*); прагни згоди (*Seek agreement*); уникай незгоди (*Avoid disagreement*); припускай, встановлюй, декларує спільність (*Presuppose, raise, assert common ground*); жартує (*Joke*); стверджуй, припускай знання і стурбованість мовця щодо потреб слухача (*Assert, presuppose the speaker's knowledge of and concern for the hearer's wants*); пропонуй, обіцяй (*Offer, promise*); будь оптимістичним (*Be optimistic*); залучай до діяльності як мовця так і слухача (*Include both the speaker and the hearer into activity*); інформуй або питай про причини (*Give or ask for reasons*); припускай або стверджуй взаємність (*Assume or assert reciprocity*); задовольняй потреби слухача (у вигляді матеріальних подарунків, вираження симпатії, розуміння, співпраці) (*Give gifts to the hearer: goods, sympathy, understanding, cooperation*) [3, с. 102].

Аналітичний огляд досліджень, присвячених вивченню проблем, з якими асоціюється феномен ввічливості, свідчить про те, що репрезентація цієї наукової теми має власну традицію і відзначена безсумнівними досягненнями дослідників. Проте особливості мовленнєвої актуалізації стратегій і тактик позитивної ввічливості як засобу зменшення дистанції між комунікантами у просторі різноманітних дискурсів, зокрема брифінгу, досі не були дослідженими, що і зумовлює актуальність нашої статті. Отже, метою запропонованої наукової розвідки є особливості мовленнєвого втілення стратегій позитивної ввічливості в комунікативно-дискурсивній практиці брифінгу, що реалізується у виконанні наступних завдань: ідентифікувати найпоширеніші локальні стратегії позитивної ввічливості, зорієнтовані на зближення співрозмовників у спілкуванні, та узагальнити мовленнєві засоби їх актуалізації.

Однією із форм спілкування вищого керівництва адміністрації США є брифінг (англ. *briefing* від англ. *brief* – короткий, недовгий) являє собою коротке інформаційне повідомлення, яке зазвичай робить офіційна особа, представник уряду, міжнародних організацій,

комерційних структур та інших високих інстанцій. Брифінг зазвичай визначається у словниковій літературі як коротка прес-конференція [1]. Зазначимо, що брифінги є традиційною практикою інформаційної діяльності адміністрації Білого Дому, під час яких роз'яснюється офіційна позиція уряду щодо політичного життя як на міжнародному рівні, так і в межах самої держави. Формат такого спілкування передбачає офіційність, виключення двозначних емоційних оцінок і формулювань, установлення певної дистанції між представником влади та журналістським корпусом, що зумовлює студіювання брифінгу в лінгвістичній літературі у площині аргументативного дискурсу, який характеризується домінуванням стратегій негативної ввічливості [4]. Проте незважаючи на згадані вище особливості в дискурсивному просторі брифінгу спостерігається тенденція задіювання ряду стратегій позитивної ввічливості, що віддзеркалює прагнення учасників скоротити дистанцію і створити атмосферу доброзичливості та взаєморозуміння в процесі комунікації.

Одним із засобів елімінації дистанційованості в дискурсивній практиці брифінгу виступає стратегія залучення адресата й адресанта до спільної діяльності, яка на мовленнєвому рівні репрезентована інклюзивною формою *let's*. Так, офіційний представник Білого Дому Джош Ернест з самого початку зустрічі з пресою заохочує журналістів до роботи, демонструючи свою готовність до відповіді на запитання і спільної праці з ними: MR. EARNEST: I do not have anything at the top, so *let's go straight to your questions*; MR. EARNEST: Well, there's a lot there. *Let's start from the beginning*, which is that Congress has a responsibility to pass a budget to keep the government open (Daily Press Briefing by the Press Secretary Josh Earnest, December, 10, 2015).

Поширеною в дискурсивному просторі брифінгу є також стратегія маніфестації спільності з адресатом, зреалізована за допомогою тактики єднання з останнім. Наприклад, займенник *we* в дискурсі брифінгу зазвичай акцентує увагу на позиціонуванні офіційної особи як частини урядової команди, що підтверджує наступний фрагмент: MR. EARNEST: And as *we* collect additional information about the ongoing investigation that is fed into the review, and if *we* determine, as this review is ongoing, that congressional authority is required to make some of the changes that *we* believe need to be made, then *we* won't hesitate to go to Congress to request that authority to make those

changes (Daily Press Briefing by the Press Secretary Josh Earnest, December, 10, 2015). Проте проілюстрований займенник також використовується задля демонстрації єднання між прес-секретарем і журналістською спільнотою: MR. EARNEST: I do not have anything at the top, so *we* can go straight to your questions. Kevin, do you want to dive in here?; Question: Will she [Amy Brundage] join *us* for the champagne? MR. EARNEST: Hopefully, *we* should be able to do that (Daily Press Briefing by the Press Secretary Josh Earnest, December, 10, 2015). Схожою є функціональна спрямованість присвійного займенника *our*, який підтверджує прагнення офіційного представника американського продемонструвати не тільки свою наближеність до журналістів, а й засвідчити єдність з суспільством узагалі: MR. EARNEST: And years from now, *our* country will continue to be strengthened by these breakthroughs (Daily Press Briefing by the Press Secretary Josh Earnest, December, 10, 2015).

Наступною тактикою реалізації відповідної стратегії позитивної ввічливості є передбачення адресантом знання адресата (“point of view operation”) [3, с. 141], унаслідок чого акцентується увага на спільності знань співрозмовників, що також сприяє скороченню комунікативної дистанції, зумовленої форматом заходу. Найчастіше цей тактичний прийом реалізується в дискурсі брифінгу за допомогою виразу *you know*: MR. EARNEST: *You know*, our strategy to counter ISIL has been a whole-of-government approach, including military, diplomatic, intelligence, law enforcement (Daily Press Briefing by the Press Secretary Josh Earnest, December, 16, 2015).

Наявність прагнень, спрямованих на усунення комунікативної дистанції, підтверджується також тактикою апелювання до співрозмовника, яка є змістовним наповненням стратегії ствердження групової ідентичності. Серед багаточисельних мовних способів ідентифікації внутрішньогрупової належності П. Браун та С. Левінсон, насамперед, виокремлюють звертальні форми, які висловлюють не тільки відношення того, хто говорить, до адресата, а й також містять інформацію про того, хто говорить, його виховання, уміння поводитися і соціальне положення [3, с. 121]. У дискурсі брифінгу певний набір соціально-доречних конвенційних форм звернення, продиктованих тактом і повагою меж особистісної сфери комунікантів, притаманних стратегіям негативній ввічливості,

співіснує з антропонімічними звертаннями, які містять повний варіант особистого імені або прізвища та виступають засобами мовленнєвої реалізації стратегії ствердження групової ідентичності, засвідчуючи невимушену та довірливу тональність спілкування офіційного представника уряду США з журналістами: Question: *Josh*, at the debate last night, New Jersey Governor Chris Christie described the President as a “feckless weakling”; MR. EARNEST: *Mary*, I’ve been frequently citing the data from this New Hampshire poll of Republicans; MR. EARNEST: *Cheryl*, this is another example of an element of this proposal that reflects a bipartisan compromise; MR. EARNEST So, *Adam*, I’ll turn it over to you; MR. EARNEST: *Jessica*, I don’t have a lot of insight for you in terms of the pace of these decisions (Daily Press Briefing by the Press Secretary Josh Earnest, December, 16, 2015).

Незважаючи на значний ступінь формальності спілкування під час брифінгу, поширеною є стратегія жартування, яка підтверджує спільність фонових знань, цінностей та критеріїв оцінки ситуації. Російський дослідник А. Карасик виокремлює три умови гумористичної мовленнєвої дії мовця, який виходить з того, що: 1) у певній комунікативній ситуації буде релевантним суміщення серйозного і несерйозного спілкування; 2) адресат розуміє, що мовець діє з добрими намірами; 3) мовець прагне викликати в адресата усмішку [2, с. 135]. Необхідно зазначити, що в дискурсивному просторі брифінгу саме жарт уможливорює зняття напруги в разі невірного кроку співрозмовника і відіграє ключову роль у встановленні контакту між комунікантами. Ілюстративним прикладам слугує дискурсивний фрагмент, у якому прес-секретар Білого Дому Дж. Ернест жартує стосовно вимушеності під час відповідей на запитання журналістів відхилитися від теми й надати детальний коментар щодо обставин, які спричинили появу обговорюваних проблем: MR. EARNEST: *So I successfully remembered zero of your three questions. I want that noted (Laughter)*. Як бачимо, тактика іронічної самопрезентації і створення комічного ефекту за допомогою прийому ошуканого очікування зменшують дистанцію між комунікантами і позитивно впливають на формування доброзичливої атмосфери брифінгу.

Наступний дискурсивний епізод із задіюванням стратегії жартування, яка ґрунтується на спільних фонових знаннях

комунікантів, також свідчить про зорієнтованість їх зусиль на створення дружньої і невимушеної атмосфери під час спілкування в дискурсивному просторі брифінгу: Question: And is the President going to watch the new Star Wars film? And does he get like a special deal where they give a screening here at the White House? Or how does that work? MR. EARNEST: Well, I certainly wouldn't rule it out. I know that Gardiner was interested in seeing that as well, so maybe you guys can get together and give us a little thumbs-up or thumbs-down on it here (Laughter). Question: I'll get the tickets (Laughter). MR. EARNEST: Since I poked fun at you, Gardiner, why don't you ask the next question? (Laughter). Question: I've got some – yeah. (Laughter) (Daily Press Briefing by the Press Secretary Josh Earnest, December, 16, 2015)

Як бачимо, незважаючи на інституціональність дискурсу брифінгу, що виявляється на рівні ролевої дистрибуції, оточення, цілеспрямованості мовлення, статусу учасників комунікації тощо, віддзеркалених у задіюванні стратегій негативної ввічливості, значущу й важливу роль у процесі розгортання мовленнєвого контакту у брифінгу відіграють стратегії позитивної ввічливості, зокрема, стратегія залучення адресата й адресанта до спільної діяльності, стратегія маніфестації спільності з адресатом стратегії ствердження групової ідентичності, стратегія жартування, спрямовані на встановлення контакту, демонстрацію спільності інтересів співрозмовників і скорочення між ними дистанції.

### Література

1. Вільний тлумачний словник. Новітній онлайн-словник української мови (2013–2015). – Режим доступу : <http://sum.in.ua/f/bryfingh>
2. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.
3. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. – L., N.Y. : CUP, 1987. – 345 p.
4. Parlington A. The Linguistic Argument: The Spin-Doctor and the Wolf-Pack at the White House / Alan Parlington. – N.Y.: Routledge, 2002. – 280 p.

*Стаття надійшла до редакції 28.11.2015 р.*