3. Чалабаева Л.В. Теория принятия решений: от науки к повседневности (специфика лингвистической составляющей) // Социально-гуманитарные науки. Приложение к журналу «Вестник МГОУ». 2012. Вып. 44. С. 48–58.

The act of making and accomplishing a decision in the discourse of the social sphere

There is attempted to show the specific character of the act of making and accomplishing a decision in the discourse of the social sphere on the basis of the dichotomy of the signs "personality / institutionalism". There is manifested the dominance of personality in the analyzed type of the discourse. There is illustrated the variety of the linguistic component of personality expressed by discursive formulas.

Key words: *discourse, social sphere, personality, institutionalism, dominance, discursive formulas.*

Н.В. МОТОРИНА
(Волгоград)

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ СКРИПТ «ПОСЕЩЕНИЕ РЕСТОРАНА» В АНГЛИЙСКОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПОВЕДЕНИИ

Рассматривается лингвокультурный скрипт – ценностно-маркированная структурированная модель поведения – применительно к современным нормам коммуникации в Англии на материале коммуникативного события «посещение ресторана». Предложена модель описания коммуникативного события, включающая его логическую схему, запись события, интенциональную последовательность его компонентов, комментарий норм поведения его участников.

Ключевые слова: *коммуникативное событие, скрипт, концепт, речевой акт, коммуникативное поведение.*

Лингвокультурный скрипт – ценностно обусловленная последовательность коммуникативных действий в рамках некоторого события – представляет собой одно из понятий, используемых в лингвокультурологии, и соотносится с концептом, жанром речи и речевым действием. Концепт трактуется как квант переживаемого знания [3, с. 24], речевой жанр – как исторически сложившийся ситуативно фиксированный текстотип [1, с. 81], речевое действие – как структурированная последовательность интенций, воплощенных в вербальных и невербальных коммуникативных единицах [4, с. 164]. В отличие от концепта, лингвокультурный скрипт имеет сценарный характер [2, с. 467; 3, с. 24], совпадая с концептом в обладании понятийными, образными и ценностными характеристиками. Учет ситуативных параметров общения переводит описание скрипта в описание жанра речи. Для рассмотрения особенностей развертывания скрипта требуется анализ речевых действий, составляющих этот скрипт.

Материалом исследования послужили записи текстов коммуникативного события «посещение ресторана» на английском языке, полученные нами в результате реконструкции этого события при собеседовании с информантами и личного опыта.

В британских ресторанах существует определенный, издавна заведенный порядок, который соблюдается в большинстве подобных заведений. Логическая схема данного коммуникативного события может быть представлена следующим образом.

1. Посетитель/клиент, войдя в ресторан, дожидается, когда к нему подойдет распорядитель/метрдотель (host или hostess).

2. Метрдотель приветствует посетителей, интересуется, на сколько человек нужен столик, и получает соответствующий ответ.

3. Если есть свободные места, метрдотель проводит посетителей к их столику и раздает меню на каждого человека. Если свободных мест нет, то обычно предлагается подождать. Как правило, называется примерное время ожидания. Часто просят назвать имя, которое распорядитель записывает, чтобы вызвать клиентов, когда столик освободится.

4. Гости рассаживаются по своим местам и благодарят за помощь.

5. Метрдотель желает клиентам приятного времяпрепровождения, вызывает официанта и удаляется. На этом, как правило, его обязанности заканчиваются.

6. К посетителям ресторана вскоре подходит официант, обслуживающий данный столик, предлагает специальные блюда этого дня и отвечает на вопросы посетителей о блюдах из меню.

© Моторина Н.В., 2013

7. Официант приносит напитки и принимает заказ посетителей.

8. Время от времени официант интересуется, довольны ли клиенты едой, все ли у них в порядке, что еще им принести.

9. По окончании ужина официант приносит чек к оплате и спрашивает о форме оплаты (наличными или по карточке). Чаевые не обязательны, хотя приветствуются официантом. Посетители ресторана оплачивают свой ужин, благодарят персонал и прощаются.

Данная логическая схема представляет собой сценарий осуществления коммуникативного события «посещение ресторана» и содержит обязательные компоненты этого события в их последовательности и вероятностные характеристики поведения участников этого события. Наблюдателю даны речевые действия либо записи невербальных знаков поведения. Уточним данную схему записью этого коммуникативного события на основе интроспективного опыта автора статьи. Участники события: метрдотель А, официант В, клиенты С.

C: Hi! We would like a table for three (– Здравствуйте, нам нужен столик на троих).

A: Hi! Let me see what I can do for you... It will be a second – we just need to get the table cleaned up... (– Здравствуйте! Я посмотрю, что мы можем вам предложить. Минуточку – нам нужно сервировать стол…)

C: No problem! (– Хорошо).

Проходит несколько минут ожидания.

A: Alright! Your table's ready! Follow me. This way please! Here are your menus and your waiter will be right with you! (– Ну вот! Ваш столик готов. Сюда, пожалуйста. Вот ваше меню. Сейчас подойдет ваш официант).

C: Thank you! (– Спасибо!)

К столику подходит официант.

B: Hi! How are you tonight? (– Привет! Как дела?)

C: Not too bad, thanks! (– Неплохо, спасибо!)

B: That's great! My name is Chyanne. I'll be your waitress. First I'd like to tell you about our specials. Tonight it's roastbeef sandwich with grilled mushrooms and Ceasar salad for $8.99 and our drink special is a Margarita for $3.99 (– Рада это слышать! Меня зовут Киана, и я ваш официант. Сначала позвольте рассказать вам о нашем специальном предложении на сегодня – это сэндвич с говядиной и запеченными грибами и салат «Цезарь» на гарнир за 8,99 фунтов и коктейль «Маргарита» за 3,99 фунтов).

C: Sounds good! (– Хорошо!)

B: Yes, it's very good! So can I get you started with a drink? (– Да, очень хорошо! Мне принести вам напитки?)

C: Do you have red wine? (– У вас есть красное вино?)

B: Absolutely! We have Australian Shiraz and 2008 Merlot from Napa Valley (– Конечно! У нас есть австралийский «Шираз» и «Мерло» урожая 2008 г. из долины Напа).

C: Merlot sounds good! I'd like a glass (– «Мерло»!. Принесите бокал).

B: Sure! (– Конечно!)

C: And I'd like a strawberry Margarita. I love Margaritas! (– А мне, пожалуйста, клубничную «Маргариту». Мне очень нравятся такие напитки!)

B: Yes, they are very good here! Ok, folks, I'll be back with your drinks as you work through your menus! (– Да, «Маргирита» здесь очень недурна. Хорошо, я принесу вам напитки, пока вы просматриваете меню).

C: Thanks! (– Спасибо!)

Вскоре официант приносит напитки. Затем происходит заказ еды (ordering food). Посетители делают свой выбор, и официант приносит им заказанные блюда через некоторое время. Когда ужин подходит к концу, то между посетителями и официантом происходит диалог по поводу оплаты. Сразу же оплачивать счет необязательно, можно спокойно закончить беседу за столом, посетить туалетную комнату и лишь потом заплатить за ужин (если оплата производится с помощью кредитной карты, то чаще всего клиента попросят это сделать в кассе на выходе, чтобы ввести его персональный код в кассовый аппарат).

B: Ok, here's your check! You can pay cash here or credit card at the front on your way out! (– Вот ваш счет! Вы можете оплатить здесь наличными или кредитной картой возле стойки на выходе).

C: Perfect! Thank you so much! (– Отлично! Спасибо вам большое!)

B: Thank you and have a great night, folks! (– Спасибо вам, и приятного вечера!)

Приведенная запись коммуникативного события «посещение ресторана» в структурном плане распадается на три части: преамбулу события, собственно событие, результат события. Для определения коммуникативных ходов установим интенции участников общения. Посетители ресторана стремятся хорошо поужинать и приятно провести время. Персонал ресторана (метрдотель, официанты) выражают намерение угодить клиентам хорошим обслуживанием,

что может привлечь их в данное заведение снова.

Центральная часть рассматриваемого коммуникативного события в интенциональном плане выстраивается следующим образом: 1) выражение намерения клиента, 2) реакция на намерение клиента, 3) уточнение намерения клиента, 4) самопрезентация официанта, 5) продвижение фирменного блюда со стороны официанта с наименованием стоимости этого блюда, 6) согласие клиента, 7) уточнение заказа со стороны официанта, 8) обсуждение деталей заказа, 9) ожидание заказа и общение посетителей, 10) выполнение заказа и оценка качества пищи, 11) уточнение способа оплаты, 12) оплата и этикетное завершение события.

Центральная часть беседы включает также формально-этикетные знаки начала и завершения разговора, благопожелания. Ядерным компонентом рассматриваемого коммуникативного события является побуждение говорящим адресата к определенным действиям. Системообразующим компонентом этого коммуникативного события выступает также объяснение его причины – в данном случае констатация качества еды в данном ресторане. Это объяснение в речи официанта повторяется неоднократно при акцентировании качества предлагаемых посетителям блюд и напитков. Таковы необходимые компоненты этого речевого события со стороны официанта. Со стороны адресата обязательными компонентами диалога являются демонстрация понимания говорящего и принятие его советов и предложений. Необходимые сопутствующие компоненты разговора со стороны обслуживающего персонала ресторана – выражение положительного отношения к клиентам (адресатам), а со стороны адресата – эмоциональная положительная реакция. Помимо необходимых выделяются дополнительные сопутствующие компоненты данного речевого события: уточнение адресатом положения дел, уточнение говорящим желания адресата, выражение благодарности со стороны и адресата, и говорящего. Таково речеактовое объяснение приведенного текста.

Моделирование этого речевого события как лингвокультурного скрипта предполагает объяснение ценностно-маркированных установок в пресуппозициях участников общения. Приходя в ресторан, клиент исходит из установки, что в этом заведении он сможет хорошо провести время, получить удовольствие от вкусной пищи и общения со своим собеседником в приятной атмосфере. Обратим внимание на то, что посещение ресторана в наши дни, как правило, не связывается с подчеркнуто праздничной одеждой и танцами посетителей.

В английской практике коммуникативного поведения считается возможным эмоционально выражать свою оценку определенным качествам еды и напитков применительно к ситуации общения официанта и посетителя. Именно поэтому посетители произносят фразы *Sounds good! I love Margaritas! Perfect!,* а официант – *They are very good here! Absolutely!*

Ценностная установка обслуживающего персонала ресторана предписывает им вести себя подчеркнуто вежливо и дружелюбно в общении с посетителями.

Как видно из приведенных примеров, коммуникативные ходы и тактико-стратегическая канва коммуникации достаточно стандартны с точки зрения как мены речевых ходов, так и лексического наполнения высказываний. Однако мы также отмечаем характерное для современной британской лингвокультуры наличие большого количества слов с суперлативной семантикой: *perfect, great, very good,* частотное использование междометных выражений типа *sure, no problem, Ok, of course, alright* и употребление слова *absolutely* в значении подтверждения для придания дополнительного эмоционально-усиленного оттенка.

Общая тональность общения подчеркнуто вежливая. Все участники коммуникации выказывают высокую готовность идти навстречу пожеланиям собеседника, что проявляется в большом количестве коммуникативных этикетных маркеров: *thank you; thank you so much; please; this way, please.* Тем не менее в приведенных выше диалогах можно проследить наличие коммуникативной субординации – официант и метрдотель позиционируют себя в качестве нижестоящих по отношению к гостям ресторана. Это проявляется в возможности клиента менять ход разговора по своему усмотрению и желании обслуживающего персонала ресторана максимально заинтересовать клиента и угодить ему.

На последнем этапе коммуникативного события его участники расстаются, используя стандартные этикетные фразы со значением оценки и благопожелания: *Perfect! Thank you so much! Thank you and have a great night, folks!*

Лексемы *folks, guys* (неофиц., *шутл.* «народ, ребята, земляки») – распространенное в современной Англии обращение к группе людей или к одному человеку. Их употребление в ситуации общения обслуживающего персонала и клиента в ресторане может показаться фами-

льярным для носителя русского языка в аналогичной ситуации, но для англичан они являются знаками дружеского общения людей (в отличие от разговорного приветствия *Hi!,* которое в настоящее время часто используется и в формальных приветствиях между незнакомыми людьми).

Подведем основные итоги.

Лингвокультурный скрипт «посещение ресторана» представляет собой комментарий к обобщенному коммуникативному событию этой тематики. Такое событие может быть представлено и зафиксировано в нескольких модусах: 1) логическая схема (фабула) события, которая отражает сценарную последовательность его компонентов; 2) запись речевого события, разворачивающегося в соответствии с его логической схемой; 3) выделение интенций участников коммуникативного события в его динамике (такая последовательность интенций является прагмалингвистической моделью описания события как сложного речеактового образования); 4) определение и объяснение норм поведения, лежащих в основе коммуникативного события с учетом стадий его развертывания.

Литература

1. Баранов А.Г. Функционально-прагматическая концепция текста. Ростов н/Д. : Изд-во Рост. ун-та, 1993.

2. Вежбицка А. Русские культурные скрипты и их отражение в языке // Ключевые идеи русской языковой картины мира / А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелев. М. : Яз. слав. культуры, 2005. С. 467–499.

3. Карасик В.И. Языковые ключи. М. : Гнозис, 2009.

4. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М. : Гнозис, 2002.

Linguo-cultural script "at the restaurant" in the English communicative behavior

There is considered the linguo-cultural script understood as an evaluative structured behavioral model. There is analyzed the communicative event "at the restaurant" in modern England. The model includes a logical scheme, a description of the event, its intentions consequence, a commentary of its participants behavioral norms.

Key words: *communicative event, script, concept, speech act, communicative behavior.*

Э.А. ТУГУЗ
(Краснодар)

НЕОЛОГИЗМЫ В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Рассматриваются гендерные проявления в неологической лексике спортивного дискурса. Показано, что спортивные неологизмы отражают социально сконструированную систему неравенства в пользу «маскулинного». При этом отмечено, что объем гендерно-маркированной лексики не столь велик в общем пласте спортивных неологизмов, что доказывает стремление спорта к равенству и единству.

Ключевые слова: *спортивный дискурс, неологизм, гендерный аспект.*

Спорт – явление универсальное, им занимаются и за него болеют мужчины и женщины, дети и старики. Тем не менее при детальном изучении спортивной лексики, можно заметить определенную гендерную асимметрию.

Занимаясь исследованием спортивной лексики, нельзя обойти вниманием спортивный дискурс. Согласно определению, данному в лингвистическом энциклопедическом словаре, дискурс – это «речь, погруженная в жизнь». Или, более подробно, – «это текучая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаками процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов» [9, с. 11].

Из последних работ, посвященных исследованию дискурса, нам кажется хорошо применимым к данной статье определение И.В. Жукова, который считает, что дискурс – это «основной источник, генерирующий и распространяющий убеждения, представления и предрассудки», что «дискурсы влияют на общественное сознание, ориентируют этнические, групповые и другие предрассудки» [3].

В рамках социально-прагматического подхода к дискурсу выделяется понятие институциональности. В.И. Карасик подчеркивает, что институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений. Одним из видов такого общения является и спортивный дискурс [5,

© Тугуз Э.А., 2013