

Кирил Цанков

## РЕЧЕВИЯТ ЕТИКЕТ КАТО ПРОБЛЕМ НА СОЦИОЛИНГВИСТИКАТА

Проучванията, свързани с изясняването на отношенията между език и общество, са стояли и продължават да стоят в ползението на различни науки. Водещи места сред тях заемат философията, социологията, психологията, антропологията и, разбира се, лингвистиката. В обсега на изследванията, посветени на тези отношения, трябва да се търсят и допирните точки между споменатите науки, и особено между две от тях — социологията и езикознанието.

Именно общите наблюдения върху предмета на изследване водят до създаването на една погранична дисциплина — социолингвистиката. Появата ѝ в САЩ през петдесетте и шестдесетте години на нашия век е предшествувана от изследванията на автори като F. Boas, E. Sapir и др., в чиито работи се откроява идеята за наличието на тясна връзка между лингвистика и социална антропология<sup>1</sup>.

Терминът *социолингвистика* е използван за пръв път през 1952 г. от Н. С. Сиггъ, професор от университета в Хюстън (САЩ), но употребата му се разширява едва след излизането на един сборник, издаден от W. Bright през 1966 г. и озаглавен "Sociolinguistics"<sup>2</sup>.

Новото, което социолингвистиката внася в начините за интерпретиране на отношенията между език и общество, се съдържа във факта, че тя разбира езика и обществото като две структури със собствена организация, чиято вариативност е корелативна и систематична<sup>3</sup>.

"Развитието на социолингвистиката и свързаното с него включване в лингвистическия анализ на още едно измерение — социалното, дава възможност по-дълбоко да се проникне в самата природа на езика, по-пълно да се изяснят условията на неговото функциониране и динамиката на развитието му, позволява да се представи в нова светлина онтологичната картина на езика като обществено явление"<sup>4</sup>.

Без да навлизаме в подробности около представянето на обекта и методите на социолингвистиката — това вече е сторено от немалко автори преди нас<sup>5</sup>, тук ще обърнем внимание само на факта, че целта на социолингвистичните изследвания е преди всичко да анализират диференциацията при боравенето със средствата на езика в рамките на различните социални структури и да изс-

ледват речта като един от инструментите за социокултурно интегриране на индивида в заобикалящото го общество.

Социолингвистичният анализ на речта като основен аспект на изследване на междуличностната комуникация предполага вземането под внимание на определени социокултурни норми, от които се ръководи изборът на езиковите единици, използвани в конкретни комуникативни ситуации. Определянето на вербалните актове като социокултурни феномени, подлежащи на детерминиране чрез етнологически методи<sup>6</sup>, което може да се види в трудовете на социолингвистите, ни дава всички основания да мислим, че етикетните формули, интерпретирани като вербални актове, могат да се изследват и в социолингвистична перспектива.

При осъществяването на социолингвистичен анализ, който във възможно най-висока степен да обхване пълния инвентар от езикови средства, включени в подсистемата на българския речев етикет, трябва да се държи сметка за двойствения характер на езика — от една страна, като система от знаци със собствена граматична и семантична структура (етикетните формули представляват корпус от лингвистични единици на съвременния българския език); от друга страна, езикът функционира като основно средство за реализиране на социални контакти, специфично за една макросоциална общност, каквато е нацията от гледна точка на социологията.

При социолингвистичните изследвания задължително се тръгва от фундаменталната теза, съгласно която съществува неразривна двустранна, взаимно обусловена връзка между език и общество (език и социална структура)<sup>7</sup>. Не е възможно съществуването на общество без език, нито пък обратното — на език без общество. Върху тази основа би могъл да се изгражда и анализът на етикетните формули като отразяващи индивидуално психолингвистично поведение, чието регламентиране се осъществява не само по силата на лингвистичните закономерности, но и под въздействието на определени екстралингвистични фактори.

За основа на едно подобно изследване могат да служат следните теоретични постановки: 1. Речта представлява социален акт, тъй като се реализира изключително при осъществяването на социални контакти<sup>8</sup>. 2. Като комуникативна система езикът представлява инструмент за изразяване на специфични човешки взаимоотношения; той е интегрална част от националната култура, с негова помощ се изграждат, пазят се и се съхраняват във времето културните постижения на обществото, което го ползува. 3. В качеството си на средство за социокултурна интеграция, чието използване е регламентирано от многобройни екстралингвистични фактори, езикът изпълнява едновременно собствено лингвистични и социални функции, които се допълват взаимно и съществуват съвместно, реализирайки се чрез разнообразните речеви актове<sup>9</sup>.

Посочените вече теоретични предпоставки се свързват с методологически избор за интердисциплинарен подход към обекта на изследването. Това оз-

начава, че наред с типичните за социолингвистиката методи и средства, с достатъчно висока ефективност могат да се използват научноизследователски процедури, характерни за такива научни дисциплини като диалектологията, стилистиката, семантиката, прагматиката. По този начин се осъществява плодотворен синтез между традиционните и новосъздадените клонове на науката.

От изложените тук разсъждения се налага един извод: за цялостно изследване на етикета не е достатъчна само лингвистичната перспектива. Нужен е и по-широк поглед, за оформянето на който могат да дадат своя принос както изброените по-горе научни дисциплини, така и етнографията, антропологията на културата, психолингвистиката и социолингвистиката (психо-социолингвистиката)<sup>10</sup>.

Когато на равнището на семантиката се анализира речевият етикет, разбиран като интегрален елемент от езиковата култура и като важен инструмент при осъществяването на социални контакти, непрекъснато трябва да се има предвид корелацията между лингвистични факти и социолингвистични аспекти; да се изследва вербалното поведение, като се държи сметка за социалната детерминираност при използването на различни лексикални елементи и синтактични конструкции в ролята им на етикетни формули.

Позоваването на екстралингвистичните фактори, които влияят върху вербалните актове с етикетни функции, помага да се разбере как се отразяват върху езика определени типове поведение, типични за говорещите даден език, в случая българския.

Гледани в антропологична перспектива, етикетните формули отразяват определени типове речево поведение, осъществявано посредством съответни комуникативни актове, оформящи се с помощта на обичайните езикови процедури в рамките на узуса. За тях може да се каже също, че са показателни за социокултурните норми на вежливостта (доброто поведение), изградили се и утвърдили се в многовековното развитие на езика и обществото.

Етикетните формули се основават върху социокултурни норми, които представляват специфично отражение на определени типове поведение в обществото и са свързани с такива екстралингвистични понятия като благоприличие, човечност, доброжелателност, гостоприемство и др. В етикетните формули се наблюдават и аспекти, представляващи интерес за етнографията и народопсихологията, в този смисъл по тях може да се съди и за черти от националния характер на даден народ.

Анализът на българските етикетни формули позволява да се разграничат между тях две големи групи. В едната група могат да бъдат включени старите, традиционни формули, които са се запазили през вековете, както и някои други изконни елементи от основния речников фонд на българския език, изпълняващи при определени речеви ситуации (в подходящ контекст) и етикетни функции. Характерно за етикетните формули от тази група е, че те се използват по

цялата територия на страната и са познати на всички членове на езиковия колектив.

Към втората група се отнасят по-късно възникнали формули, появили се в рамките на определени социално-исторически периоди, използвани на различно социокултурно равнище; една част от тях са новосъздадени на българска почва, докато други са заети (или калкирани) от чужди езици. Етикетните формули от тази група могат да се използват и върху цялата територия на страната, ако са вече достатъчно широко разпространени, но може да бъдат ограничени само в някои региони или пък да се употребяват в рамките на отделни затворени социални общности.

Етикетните формули от втората група са характерни с това, че при тях лесно могат да се проследят етапите на промените, както и възникването на едни или отпадането от употреба на други формули (отпадналите могат да произхождат и от първата група) под въздействието на разнообразни екстралингвистични фактори. А самото позоваване на екстралингвистичните фактори, оказващи въздействие върху вербалните актове с етикетни функции, ни дава възможност да установим как се отразяват върху езика определени типове социално поведение, специфични за говорещите български език.

За да се осъществи описание на етикетните формули и на останалите думи, изрази и синтактични конструкции, изпълняващи при определени речеви ситуации ролята на етикетни формули, като надеждни извори могат да се използват речниците, в чиито речникови статии се отразява равнището на езика, лингвистичните (диалектните) атласи и литературните творби, които пък от своя страна регистрират равнището на речта — първите в суров, а вторите — в литературно обработен вид.

Съществено значение като извор има и всекидневната разговорна реч, наблюдавана на различни равнища и в разнообразни социо-професионални среди. Като метод за наблюдение се препоръчва “бързата и анонимна анкета”, описана и използвана в социолингвистиката от W. Labov<sup>11</sup>. Приложението на този тип анкета, в която не се налага необходимостта от посочване на данни за информаторите и в която анкетиращият не разкрива ролята си, има важен ефект — на изследвача се предоставя възможност да наблюдава психолингвистичното поведение на говорещия по време на речевия акт при максимална неутрализация на т. нар. “парадокс на наблюдателя” (the observer's paradox)<sup>12</sup>.

Разбира се, споменатият тук метод не е единственият, с който разполага инструментариумът на социолингвистиката. Социолингвистическа информация може да бъде събирана по устен и по писмен път; при неформален разговор или при целенасочено интервю с предварително обмислени въпроси. Когато изследвачът е във вербален контакт с обекта на изследване, той би могъл дори да поеме някоя от възможните социални роли и по този начин да “се смеси” с информаторите, т. е. да приложи в практиката си метода на включеното наблюдение<sup>13</sup>.

Добри резултати дават и анкетите с тестов характер, които широко са използвани и в предлаганата на вашето внимание работа. При този тип анкети освен въпросите се посочват и по няколко вероятни отговора, между които анкетираният има възможност да избира. Както при всяка анкета, и тук съществува вероятност за проява на недобросъвестност от страна на някои участници; възможно е също така други да се подвежат по един от зададените варианти, ако той им се струва по-престижен, докато в същото време биха предпочели друг, който реално употребяват в подобна ситуация, но липсва в анкетната карта.

Подобни деформации могат да се ограничат, като се увеличи броят на участниците в анкетите, за да имат резултатите статистическа достоверност, и се направят “засечки” чрез използването на други методи. В такъв случай бихме могли да говорим за прилагане метода на триангулацията, който се състои в сравняване на разнообразните изследователски данни, получени посредством използването на различни методи за събиране на информация за един и същ обект<sup>14</sup>.

От проблемите на речевия етикет се интересуват много автори от различни страни<sup>15</sup>. Повечето от тях не употребяват този или подобни на него термини, но това не им пречи да споделят интересни наблюдения. Така например сръбският автор Милорад Радованович нарича главата на своята книга “Социалингвистика”, в която се спира на проблемите, свързани с речевия етикет, “Грамматика на обществения статус” (*Gramatika drustvenog statusa*)<sup>16</sup>; не е намерил място за термина речев етикет в своята Малка енциклопедия по социалингвистика (Плевен, 1993) и А. Пачев; терминът липсва и в първия монографичен труд, посветен на социалингвистиката, излязъл у нас (*М. Виденов. Социалингвистика. София, 1982*).

Терминът речев етикет (речевой етикет) широко се употребява в бившия Съветски съюз. Именно от руското езикознание и социалингвистика<sup>17</sup> той е пренесен у нас и се среща в съчиненията на все още немногочислените автори, посветили се на разработването на тази интересна тема<sup>18</sup>.

При проучване на речевия етикет се оперира със следните основни понятия: етикетна формула, социален статус (+ престижност, — престижност), статусна разлика (асиметрия, дистанцираност; подредност, надредност), статусно равенство (симетрия, солидарност)<sup>19</sup>, социални роли (адресат и адресант), езикова и речева ситуация, речева проява, равнище на речевата проява (официално/неофициално), тоналност (стил) на речевата проява и др.

Самите етикетни формули сравнително рядко се употребяват самостоятелно, изолирано една от друга. Обикновено те се групират, образувайки речеви единства (микродиалози), изградени като въпросно-отговорни комплекси (например: *Как си? — Благодаря, добре.*)<sup>20</sup>; в други случаи отделните реплики на микродиалога могат да се разглеждат като неразчленими в структурно отношение единици (*Здравей! — Здравсти!*)<sup>21</sup>.

Етикетните микродиалози имат до голяма степен ритуален характер. Включените в тях реплики представляват по същество шаблонизирани изрази, които всеки път се повтарят при определени речеви ситуации от изпълнителите на различните социални роли. Само че в случая не би трябвало да се влага някакъв отрицателен стилистичен нюанс в значението на думи като шаблон, шаблонен, шаблонизиран, тъй като при етикета шаблонът е необходимост, произтичаща от неговите апелативни и комуникативни функции, оптимално реализиращи се именно при един ограничен набор от знаци. Прекомерното разширяване и разнообразяване на тази знакова (семиотична) система би влязло в противоречие със системния ѝ характер.

Изборът на социална роля е свързан с наличието на съвкупност от диференциални признаци, които изпълнителят ѝ трябва да притежава (например пол, възраст, образование, произход, обществено положение, познатост/непознатост и др.)<sup>22</sup>. Социалните роли, макар и да са строго диференцирани при определени условия, подлежат на промени. Това означава, че един и същ индивид може да встъпва в различни роли в зависимост от осъществяващи се изменения на елементи от речевата ситуация, в която той попада — факт, който го принуждава при нужда да извършва смяна на социолингвистичния код.

От съществено значение при избора на най-подходящата за всеки конкретен случай етикетна формула е социалният статус на адресата и адресанта — важно е дали събеседниците се намират в симетрични (солидарни, равнопоставени) отношения помежду си, или единият е висшестоящ (съответно: низшестоящ) по отношение на другия. В такъв случай в социолингвистиката се говори за несиметрични (подредни или надредни) отношения.

Всяка речева проява с етикетен характер се извършва на определено равнище, което варира между двата полюса — на строго официалните и на неофициалните прояви. За отбелязване е, че колкото е по-висока степенята на официалност, толкова по-ярко се откроява задължителният ритуален характер на етикетните формули. Във връзка с различните равнища може да се изгради и скала на тоналностите (контекстуалните стилове, регистрите) на речевите прояви, която би могла да бъде по-подробна или по-обобщена в зависимост от целите, които поставя пред себе си изследвачът<sup>23</sup>.

## БЕЛЕЖКИ

<sup>1</sup> F. Boas. Handbook of American Indian Language. Washington, 1911; F. Boas. Um primitivnog coveka. — Prosveta. Biblioteka XX vek, 54, Beograd, 1982; E. Sapir. Language and environment. — American Anthropologist, 1912, NS, p. 226—242; E. Sapir. Language. An Intrudaction to the Studi of Speech. — Harcourt, Brace & World, Inc., A Harvest Book, New Iork, 1921; E. Sapir. Conceptual categories in ptimitive Languages. — Sciense, 1927, v.

74; Э. Сепир. Язык. Введение в изучение речи. Москва—Ленинград, 1934; E. Sapir. *Ogled iz kulturne antropologie*. Biblioteka XX vek, Beograd, 1984.

<sup>2</sup> Вж. В. Cazacu. Un aspect al cercetarii interdisciplinare: sociolingvistica. — FD, vol. VIII, 1973, p. 11—18; \*Sociolinguistics. Proceedings of the UCLA Sociolinguistics conference, 1964, ed by W. Briht. The Hague — Paris, 1966. Вж. и W. Bright. Language, social stratification and cognitive orientation. "Explorations in Sociolinguistics". — International Journal of American Linguistics, vol. 33, № 4, 1967.

<sup>3</sup> О. Ducrot, T. Todorov. Dictionaire encyclopedique des sciences du language. Paris, 1972, p. 84—91.

<sup>4</sup> А. Швейцер. Современная социалингвистика. Теория, проблемы, методы. Москва, 1977, с. 4.

<sup>5</sup> Вж. М. Виденов. Социалингвистика. С., 1982; В. Десницкая и др. Вопросы социальной лингвистики. Москва, 1969; Ю. Дешериев. Социальная лингвистика. К основам общей теории. Москва, 1977; Л. Никольский. Синхронная социалингвистика. Москва, 1976; А. Швейцер. Цит. съч.; J. Gumperz and D. Hymes eds.: Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication. — Holt, Rinehart and Winston, Inc., N. York — Sidney, 1972; R. A. Hudson. Sociolinguistics. — Cambridge University Press, Cambridge, 1980; L. Ionescu-Ruxandriou, D. Chitoran. Sociolingvistica. Orientari actuale. Bucurest, 1975; W. Labov. Sociolinguistics Patterns. — University Pensilvania Press, Philadelphia, 1972; M. Radovanovic. Sociolingvistika. Novi Sad, 1986, и много други.

<sup>6</sup> Вж. D. Hymes. The Ethnography of Speaking. In: Pishman (ed.), Readings in the Sociology of Language. The Hague-Paris, 1968, p. 51.

<sup>7</sup> Вж. А. Пачев. Малка енциклопедия по социалингвистика. Плевен, 1993.

<sup>8</sup> J. Vendryes. Le langage. Introduction linguistique a l'histoire. Paris, 1968, p. 15.

<sup>9</sup> J. R. Searle. Speech Acts. An essay in the Philosophy of Language. — Cambridge University Press, London, 1970.

<sup>10</sup> T. Slama-Cazacu. Elementele comunicarii, niveluri ale codului si limbajul-limbavorbirea. In: SCL, XX (1969), № 6, p. 608.

<sup>11</sup> W. Labov. Цит. съч., с. 67—85.

<sup>12</sup> W. Labov. The study of Language in its Social Context, цитиран по А. Пачев. Цит. съч., с. 184.

<sup>13</sup> А. Пачев. Цит. съч., с. 183—189.

<sup>14</sup> Пак там, с. 187.

<sup>15</sup> А. Акишина, Н. Формановская. Русский речевой этикет. Москва, 1975; Н. Формановская. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. Москва, 1982; R. Brown and A. Gilman. The pronouns of Power and Solidarity. — In: Style in Language [Ed. Th. A. Sebeok, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1960, p. 253—276]; M. Pietreanu. Salutul in limba romana. Bucuresti, 1984; G. Stone. Address in the Slavonic Languages. — The Slavonic and East European Review, 1977, 55, 4, 491—505 и др.

<sup>16</sup> M. Radovanovic. Цит. съч., с. 132—143.

<sup>17</sup> А. Акишина, Н. Формановская. Цит. съч.; Н. Формановская. Русский речевой

этикет в комментариях. С., 1977; В.Трофименко. Семантико-структурные особенности некоторых формул речевого этикета. — В: Молодые ученые — науке, Ростов-на-Дону, 1973, и др.

<sup>18</sup> М. Иванова. Българският речев етикет в социолингвистичен план. — В: Проблеми на социолингвистиката. Том 3, С., 1988, с. 128—136; Хр. Ключуков. Езиковите контакти от гледище на етикета. — В: Проблеми на социолингвистиката. Езиковата ситуация в микро- и макросоциалните общности. В.Търново, 1993, с. 155—157; Хр. Пантелеева. Методи за изследване на речевия етикет. — В: Проблеми на социолингвистиката. Том 2, С., 1990, с. 207—223; Хр. Пантелеева. Кирил Цанков, Речев етикет (Рецензия). — Български език, №2, 1989, с. 186—188; С. Рангелов, Ю. Стоинкова, Б. Буковска. Някои корелативни зависимости между елементи на речевия етикет. — В: Проблеми на социолингвистиката. Том 2, С., 1990, с. 224—229; М. Стефанова. За българския етикет като семиотична система. — В: Проблеми на социолингвистиката, Том 2, С., 1990, с. 198—206; К. Цанков. Една етикетна формула в езика на банатските българи. — В: Проблеми на социолингвистиката. Езиковата ситуация в микро- и макросоциалните общности. В. Търново, 1993, с. 158—160.

<sup>19</sup> М. Radovanovic. Цит. съч., с. 135.

<sup>20</sup> Вж. Б. Байчев, М. Виденов. Социолингвистическо проучване на град Велико Търново. С., 1988, с. 71.

<sup>21</sup> Вж. Р. Русинов. Неразчленими изречения в съвременния български език. — В: Трудове на ВПИ “Братя Кирил и Методий”, 5, В. Търново, 1968, кн. 2, с. 103—143.

<sup>22</sup> Вж. М. Radovanovic. Цит. съч., с. 138; А. Пачев. Цит. съч., с. 275.

<sup>23</sup> Вж. А. Пачев. Цит. съч., с. 217—220.