

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

**Сборник статей
XXVI Международной научной конференции
(27–30 октября 2015 г.)**

*Ответственный редактор
доктор педагогических наук, профессор С.К. Гураль*

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2016

Н.А. Карпова

Национальный исследовательский Томский государственный университет

СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АДМИНИСТРАТИВНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ)

Исследование выполнено при поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований («Миромоделирующие возможности речевых жанров современного городского дискурса»), проект № 14-34-01264.

Проблемы воздействия в речевой коммуникации во все времена занимали умы многих исследователей: философов, лингвистов, социологов, психологов, маркетологов, – что обусловлено практическими целями. По мнению О.С. Иссерс, прагматические задачи, ставшие основным стимулом интенсификации исследований в области речевого воздействия, могут быть обозначены как проблема оптимизации речевого воздействия [1: 74]. Речевое воздействие вплетено в любое речевое общение, поскольку, согласно Е.Ф. Тарасову, «в любом речевом общении коммуниканты пытаются достичь определенных неречевых целей, которые в итоге ведут к регуляции деятельности собеседника» [2]. Однако в ситуации, когда коммуниканты имеют одинаковый (сотрудничество) и различный (субординация) коммуникативный статусы, речевое воздействие осуществляется разными средствами: от убеждения, внушения до требований и угроз. По словам П.Б. Паршина, речевое воздействие также предполагает использование сообщений, построенных средствами других семиотических кодов, к которым относятся, прежде всего, кинесика и проксемика; эстетические коды словесного творчества; а также, в случае письменной коммуникации, средства графического оформления текста (метаграфемика), креолизация текста и проч. [3].

И.А. Стернин определяет речевое воздействие в контрасте с манипулированием [4] и приходит к выводу о том, что речевое воздействие заключается в четкости поставленных коммуникативных целей и адекватности выбранных языковых средств, а проявляется оно в эффекте, свидетельствующем о достижении или недостижении адресантом поставленных целей.

Одним из распространенных инструментов речевого воздействия, призванных регулировать отношения коммуникантов в ситуациях повседневного общения, является административное объявление (далее – АО), что обуславливает устойчивый интерес современных лингвистов к данному типу высказываний. В работах исследователей используются различные обозначения, отражающие императивную направленность и административную функцию изучаемого явления. Мы предлагаем именовать их административными объявлениями, поскольку данное понятие отражает не только основную реализуемую функцию, но и материальную форму его существования. АО рассматривается как информативно-императивный речевой жанр, представленный преимущественно краткими письменными текстами, расположенными в общественных местах и нацеленными на побуждение адресата к действию [5: 94]. Например:

1. Срочно убрать и больше не ставить. ГИБДД

Будучи целостным речевым жанром, административное объявление является составным элементом более крупных смысловых единств – дискурсов, отражающих и структурирующих внеязыковую действительность. Функционируя в определенном типе дискурса – медицинском, деловом, образовательном и т.д., – административное объявление неизменно приобретает черты этого дискурса, что отражается в тексте как на содержательном, так и на выразительном уровнях.

Административное объявление вписывается в рамки административного дискурса, репрезентуемого в различных сферах человеческой деятельности. Анализ административного объявления как речевого жанра показал, что значимыми параметрами для его описания являются коммуникативная цель, образ коммуникантов, композиция, материальная форма существования. В соответствии с этим для выявления особенностей административного дискурса важными представляются следующие оппозиции: официальный/обиходный, реальный / художественный, публичный / личный, институциональный/ персональный.

По соотношению параметров образа автора/адресата административный дискурс рассматривается как публичный, институциональный, характерной особенностью которого является трафаретность. По отношению к коммуникативной ситуации он является скорее официальным, нежели обиходным, отражающим реальную действительность. На основе ментально-языкового способа репрезентации определенного коммуникативного пространства административный дискурс выделяется в пределах более общего образования – делового дискурса. Т.А. Ширяева рассматривает деловой дискурс как «порождение делового сообщества, которое является определенным социальным институтом, и при этом единицу нормативного социоречевого творчества в рамках определенной деловой коммуникативной ситуации [6: 79]. Специфика делового дискурса заключается в том, что он отражает в большинстве случаев стереотипные ситуации, связанные с констатацией нормативного положения дел и предписанием действий, одобряемых с правовой точки зрения, а также с запретом не одобряемых обществом действий. Деловой дискурс представляет собой неоднородное образование, отражающее разные уровни правового регулирования отношений: от законодательного уровня до административно-канцелярского. В текстовой реализации на каждом уровне он представлен определенным набором жанров. На административном уровне это жанры распоряжения, приказа, повестки, информационного письма, заявления, объявления, автобиографии, доверенности, объяснительной записки и др. [7].

На языковом уровне он представлен в виде положительной и отрицательной побудительности, реализующей соответственно предписательную (прескриптивную) либо запретительную (прохибитивную) интенции. В тексте административного объявления они соотносятся с «частными» значениями волеизъявления, выражаемыми императивными формами при их конкретном употреблении, и оцениваются коммуникантами как приказ, просьба, совет, разрешение и т.п. [8: 132]. Например:

2. Уважаемые пассажиры! Будьте бдительны! В салонах автобусов участились случаи карманных краж.

Выбор между положительной и отрицательной побудительностью чаще всего основан на статусном приоритете адресанта объявления: чем выше коммуникативный статус автора (в большинстве случаев представляющего интересы какой-либо организации либо властной структуры), тем чаще используются запрет, приказ, требование и другие виды категоричных побуждений. Например:

3. Уважаемые покупатели! ВХОД С СОБАКАМИ строго воспрещен. Администрация

В данном случае запрет эксплицирован при помощи пассивного причастия совершенного вида от перформативного глагола «воспрещать», усиленное наречием «строго». С одной стороны, предпочтение пассивной формы позволяет избежать указания на агенса действия – источник запрета, что придает высказыванию официальный характер. С другой стороны, страдательное причастие прошедшего времени употребляется для обозначения некоего статичного состояния, благодаря чему запрет воспринимается как данность, которая заранее predeterminedлена и не подлежит оспариванию. Вербализация адресанта объявления – администрации – подчеркивает приоритетность позиции по отношению к адресату, что способствует достижению коммуникативной цели. Отметим, что наряду с указанием на источник побуждения объявление содержит обращение к потенциальному адресату: уважаемые покупатели, что является проявлением вежливости и способствует созданию благожелательной атмосферы.

Еремеев Я.Н. выделил следующий набор языковых средств, повышающих эффективность воздействия в административных объявлениях: обращения; вежливые формы; «длинные» ре-

плики, состоящие из нескольких предложений; лексические и синтаксические интенсификаторы – повторение глагола, обозначающего предлагаемое действие, либо объект этого действия, специальные усилительные слова; актуализированные пропозиции (я прошу вас) [9: 111]. Исследователь делает вывод о том, что для успешной реализации замысла автора сообщения, текст, с одной стороны, не должен показаться адресату чересчур «невежливым», категоричным, а, с другой стороны, позиция автора должна быть представлена в тексте высокоавторитетной, а его указания – законными, разумными, не подлежащими сомнению и различным толкованиям [9: 13]. Добавим, что наряду с лингвистическими средствами речевого воздействия, важную роль при восприятии объявления играют экстралингвистические параметры. К ним относятся: материальный носитель информации, субстрат (бумажный лист, жестяная табличка и т.п.), способ нанесения надписи (рукописный, печатный, с изображением, выделением цветом и др.), место расположения (специально организованная доска объявлений, опора линии электропередач, стена лифта, дверь подъезда и т.д.). В рамках настоящего исследования мы рассматриваем только языковую форму воплощения объявления.

- Перформативные глаголы запрещать/воспрещать. Оба глагола в речевом жанре АО употребляются в безадресных формах страдательного причастия прошедшего времени – запрещено/воспрещено - и возвратной форме страдательного залога – воспрещается/запрещается. Форма запрещено является наиболее частотной при эксплицитном выражении запрета в русском языке и используется в 26 % объявлений с семантикой запрета. Например:

4. Распитие спиртных и слабоалкогольных напитков на территории магазина запрещено!!!

Отметим, что запрет, как правило, свидетельствует о более высоком коммуникативном статусе адресанта, действующего от имени какой-либо организации, и предполагает потенциальную возможность наказания в случае его невыполнения. Как отмечает Н.И. Формановская; запрет не предусматривает проявлений вежливости, поскольку результат выполнения запрета нужен не личности требующего, а его функциональным ролевым обязанностям [10: 314].

- Не+инфинитив. Это достаточно распространенная формула, выражающая требование или запрет. Например:

5. С пирогами, мороженым, открытыми напитками в магазин не входить

Требование адресанта реализуется бессубъектной формой инфинитива в сочетании с отрицательной частицей не. В каждом учреждении действуют определенные правила поведения, в данном магазине одним из них является запрет входить с продуктами питания, чем и оправдано использование инфинитивной конструкции. Созданное исключительно в интересах адресанта, данное объявление не содержит ни маркеров вежливости, ни обращенности речи и предполагает обязательность выполнения всеми.

- Не+императив

6. УВАЖАЕМЫЕ ПАЦИЕНТЫ! НЕ ОСТАВЛЯЙТЕ ОБУВЬ БЕЗ ПРИСМОТРА! ЗАНОСИТЕ С СОБОЙ В ПАКЕТЕ!

Первое, что обращает на себя внимание в данном объявлении – заглавные буквы. Воздействующий эффект оказывает не только графическое выделение текста, но и деление высказывания на короткие восклицательные предложения. Конструкция «не оставляйте» носит характер рекомендации, поскольку отвечает, в первую очередь, интересам адресата.

- "просьба + не + инфинитив"

7. ВНИМАНИЕ! Убедительная просьба: ВЫЕЗД ИЗ ДВОРА НЕ ЗАГОРАЖИВАТЬ. В противном случае ЗА ЦЕЛОСТНОСТЬ АВТОМОБИЛЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕ НЕСЕМ.

По мнению М.Г. Безяевой, конструкция «просьба + (не)+ инфинитив» в русском языке обычно передает официальное требование, подчеркивающее не только способность слушающего выполнить то или иное действие, но и невозможность его неисполнения, что предопределено нормой поведения в той или иной ситуации (параметр инфинитива) [11: 224]. Формула убедительная просьба в данном случае является этикетным средством, используемым для повышения эффективности воздействия. Ее употребление в данной ситуации является необходимой формальностью, сопровождающей взаимодействие людей в официальной обстановке.

Воздействующий эффект усиливается благодаря графическому выделению значимых элементов высказывания, а также включению в текст объявления слова-предложения «Внимание!», обеспечивающего привлечение внимания адресата.

При создании объявления в тех ситуациях общения, когда статусные различия коммуникантов неочевидны, предпочтение отдается речевым жанрам, реализующим предписательное значение: требованию, просьбе, информированию, например:

8. Мы даем гарантию не продавать алкоголь лицам моложе 18 лет.

В данном случае текст АО, расположенного в супермаркете, носит информативный характер.

- императив глагола

9. Уважаемые гости! Для предоставления скидок призовые купоны, дисконтные карты, абонементы предъявляйте перед началом игры. Администрация.

В данном примере просьба выражена посредством вежливой формы глагола, обозначающего каузируемое действие, в повелительном наклонении. В данной коммуникативной ситуации адресант обращается к адресату в соответствии с правилами этикета в регистре Выобщения, используя при этом соответствующие средства адресации к потенциальному исполнителю уважаемые гости.

В целях усиления речевого воздействия просьба может быть дополнена частицей пожалуйста, а также перформативными глаголами и существительными с экспликацией коммуникативной целеустановки просьбы.

- Просьба + инфинитив

10. При обнаружении подозрительных ЛИЦ на станции просьба сообщить дежурному по станции или сотруднику милиции.

По наблюдению Т.В. Шмелевой, в сфере повседневного общения квалификативные элементы смысла обладают свойством «смягчать» императивность [12: 121], не изменяя, однако, изначальную интенцию на менее жесткую. Данная конструкция отличается официальностью и стандартизованностью и используется в АО в 20 % текстов, содержащих прескриптив.

- Просить +(не) + инфинитив:

11. Уважаемые покупатели! Мы очень просим вас в помещении киоска НЕ КУРИТЬ!

Рассматриваемая конструкция отличается неоднозначностью интерпретации семантической составляющей. С одной стороны, форма просьбы является проявлением вежливости и свидетельством благожелательного отношения к адресату. С другой стороны, посредством графического выделения конструкции НЕ КУРИТЬ, которая при визуальном восприятии объявления обращает на себя внимание в первую очередь, автор обнаруживает исходную интенцию – не допустить курения в помещении киоска. Использование глагола в личной форме, а также прямое обозначение автора – мы, – и получателя – вас, – сообщения в большей степени характеризует устную форму коммуникации. Использование данного приема в РЖ административного объявления создает эффект межличностного взаимодействия коммуникантов. Несмотря на то, что конструкция Мы очень просим не отличается категоричностью, предоставляя адресату мнимую свободу выбора, реализуемый с ее помощью запрет все же подразумевает обязательность исполнения.

Для оказания наиболее эффективного воздействия просьба может подкрепляться дополнительными речевыми тактиками. К ним относятся, в первую очередь, тактика аргументирования, благодарности и напоминания. Например:

12. Уважаемые читатели! Пожалуйста, расставляйте просмотренные журналы по алфавиту названий, внутри названий – по годам, и номерам. Правильная расстановка облегчит поиск нужного журнала.

Данное объявление расположено в библиотеке и выражает просьбу сотрудников одного из читальных залов к читателям. Каузируемое действие соответствует интересам, прежде всего, адресанта и является для него желательным в силу ряда причин, однако коммуникативная ситуация не позволяет требовать от адресата его выполнения. Для адресата данное действие не

является желательным, поскольку может быть сопряжено с рядом трудностей, мотивация предлагаемого действия, таким образом, для него неочевидна. Осознавая это, автор сообщает адресату сведения, которые могли бы убедить его в необходимости исполнить каузируемое действие, объясняя это тем, что результат будущего действия отвечает интересам, в первую очередь, самого адресата. Просьба в данном случае оформлена при помощи формы императива глагола в форме 2 л. мн. ч., дополненного частицей пожалуйста. Обращение уважаемые читатели отражает вежливое отношение адресанта к адресату и служит средством дополнительного воздействия.

Наряду с выражением речевого благоприятствования посредством проявления вежливости в речевом жанре административного объявления используется противоположная коммуникативная стратегия, которая находит отражение в тактике угрозы, подкрепляющей запрет, например:

13. Не сорить и не гадить. Кого поймаю – штраф 5000 рублей или выбью зубы.

На основании степени представленности в структуре административного объявления элемента волеизъявления выделяются прямые и косвенные средства речевого воздействия. А.Ю. Маслова отмечает, что косвенность трактуется как прием, имеющий целью программировать интерпретацию адресата в направлении, желательном для адресанта [13: 160]. В рамках речевого жанра административного объявления стандартная интерпретация значения косвенных высказываний варьируется в границах разнообразия побудительных интенций. В косвенных высказываниях план содержания не соответствует плану выражения, в связи с чем их смысл может быть интерпретирован по-разному в зависимости от параметров конкретной речевой ситуации. Сравним:

14. Просьба остановки называть четко и заблаговременно!

15. Водитель не останавливается «где-нибудь здесь»!

Одна и та же цель – побудить пассажиров называть остановки громко и заблаговременно – достигается в этих текстах разными средствами. В первом случае она эксплицирована при помощи конструкции «просьба+инфинитив», во втором – на лингвистическом уровне она не выражена и адресат делает выводы о том, какую цель преследовал автор, на основании собственных ментальных способностей.

Отметим, что в последние годы использование косвенных высказываний в структуре АО является достаточно распространенной тенденцией, что привело к формированию целого класса ироничных объявлений, имитирующих устную разговорную речь и имеющих соответствующую стилистическую окраску. Использование нестандартизованных креативных формулировок вместо традиционного авторитарного императива при реализации директивной интенции приводит к достижению желаемого перлокутивного эффекта благодаря созданию благожелательной атмосферы, одновременно выполняя развлекательную функцию.

Таким образом, в качестве инструментов речевого воздействия в административном объявлении как одном из жанров административного дискурса выступают лингвистические и графические средства. В качестве языковых средств используются прямые и косвенные высказывания с побудительной семантикой, что во многом обусловлено необходимостью выражения модуса долженствования, который репрезентуется на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях языка. Стремление автора добиться наибольшей эффективности коммуникативного акта на языковом уровне проявляется в том, что текст объявления создается с опорой на каноны официального языка с использованием соответствующих речевых средств вежливости, хотя не все виды побуждения предполагают обязательность их употребления в силу статусных различий коммуникантов и других особенностей коммуникативной ситуации. Вместе с тем, характерной особенностью административного объявления является нарушение канонов официальной речи и использование нестандартных формулировок.

Литература

1. Иссерс, О.С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий. Вестн. Омск. ун-та, Вып. 1, 1999.
2. Тарасов, Е.Ф. Методологические и теоретические проблемы речевого воздействия // Оптимизация речевого воздействия. АН СССР, Ин-т языкознания. М. : Наука, 1990.

3. Паршин, П.Б. Речевое воздействие : основные формы и разновидности // Рекламный текст : семиотика и лингвистика. М. : Издат. Дом Гребенникова, 2000.
4. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : Истоки, 2001.
5. Карпова, Н.А. Административное объявление как речевой жанр // Жанры речи, Вып.1 (11), 2015.
6. Ширяева, Т.А. Когнитивная модель делового дискурса. Пятигорск: ПГЛУ, 2006.
7. Демешкина, Т.А. Административный дискурс в немецком и русском языках / Т.А. Демешкина, Н.А. Карпова // Русское в немецких дискурсах, немецкое в русских дискурсах : сборник материалов российско-германского семинара 27 июня – 3 июля 2009 г. / Том. гос. ун-т. Томск, 2009.
8. Храковский, В.С., Володин, А.П. Семантика и типология императива. Русский императив. Л.: Наука, 1986.
9. Еремеев, Я.Н. Директивные высказывания как компонент коммуникативного процесса. Дисс. ...канд.филол.наук. Воронеж, 2001.
10. Формановская, Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М.: Издательство «ИКАР», 2007.
11. Безяева, М.Г. Семантика коммуникативного уровня звучащего языка: Волеизъявление и выражение желания говорящего в русском диалоге. М.: Изд-во МГУ, 2002.
12. Шмелева, Т.В. Инфинитивные конструкции как функциональные синонимы императива // Функционально-типологические аспекты анализа императива. Ч.2: Семантика и прагматика повелительных предложений. М., 1990.
13. Маслова, А.Ю. Коммуникативно-семантическая категория побудительности и ее реализация в сербском и болгарском языках на фоне русского языка. Опыт сопоставительного исследования: монография. Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 2008.

В.Н. Карпухина

Алтайский государственный университет (Барнаул)

«МИНУС»-ПРОСТРАНСТВО СИГИЗМУНДА КРЖИЖАНОВСКОГО И «ПЛЮС»-ПРОСТРАНСТВО МИХАИЛА БУЛГАКОВА В ПЕРЕВОДАХ ИХ ТЕКСТОВ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Объектом исследования в данной статье выступают тексты русских писателей-модернистов начала XX века и их переводы на английский язык, предметом – пространственные характеристики данных текстов. В качестве основной задачи статьи мы видим исследование причин и следствий трансформаций этих пространственных характеристик в процессе перевода художественных текстов с русского языка на английский. Материалом для исследования послужили роман М.А. Булгакова «Белая гвардия» (1923–1925), новеллы С.Д. Кржижановского «Автобиография трупа» (1925) и «Квадратури» (1926) и их переводы на английский язык, впервые рассматриваемые в лингвосомиотическом и лингвоаксиологическом аспектах. Перевод романа «Белая гвардия» был сделан одним из англоязычных переводчиков русской литературы, Майклом Гленни в 1967 г. и выпущен в издательстве “Vintage” в серии “Vintage Classics” [1]; переводчиком на английский язык новелл С.Д. Кржижановского, в том числе новелл «Квадратури» и «Автобиография трупа», была Джоанн Тернбулл [2].

В построении художественного мира М.А. Булгакова и С.Д. Кржижановского категория пространства играет едва ли не важнейшую роль. На это указывает, в первую очередь, биографический код: понятия «квартира», «жилище» были достаточно релевантны для писателей, неслучайно многие исследовательские работы по творчеству Булгакова и Кржижановского связаны с оперированием именно этой категорией [3–5; 7–10]. Топонимы «Белой гвардии» настолько прочно ассоциируются с реальным биографическим кодом Булгакова, что некоторые зарубежные исследователи принимают вымышленную топонимику романа за реальные киевские