



локализованных автором в тексте. Построение проекции текста является логическим результатом процесса декодирования художественного текста, в которой кумулируются механизмы аксиологической интерпретации, позволяющие реципиенту давать ту или иную интегральную оценку текста¹². Акцентуация роли воспринимающего художественный текст субъекта как интерпретатора, инициирующего индивидуальные репрезентации объективного мира, приводит к разбиению смысла объекта/текста на совокупность различных интерпретаций; существование различных точек зрения на один и тот же объект детерминировано разным уровнем подготовленности реципиента и его индивидуальными характеристиками.

Таким образом, восприятие художественного текста – внешнего репрезентанта дискурса – манифестируется как творческий и конструктивный процесс. Автор текста предлагает реципиенту вступить в своего рода игру – по актуализации, трансформации и индивидуализации для самого воспринимающего субъекта смысла. При этом теорию диалогичности читателя и автора стоит понимать, на наш взгляд, не просто как «приспособление» реципиента к тексту и авторской позиции, объективированной в нем, а как сотворчество, предполагающее своего рода общение читателя с текстом, привнесение в него собственных смыслов.

УДК 81'24

ТАКТИКИ СМЯГЧЕНИЯ КАТЕГОРИЧНОСТИ ВЫСКАЗЫВАНИЯ (на материале собственных ручных записей разговорной речи)

О. А. Андреева

Саратовский государственный университет
E-mail: polise1988@rambler.ru

В статье описываются некоторые тактики и средства, смягчающие категоричность высказывания, к которым мы относим тактику предупреждения негативной реакции адресата, тактику возражения под видом согласия, тактика использования авторизирующих конструкций, тактику использования некатегоричной оценки и др.

Ключевые слова: категоричность, смягчение категоричности, негативная реакция, коммуникативная неудача.

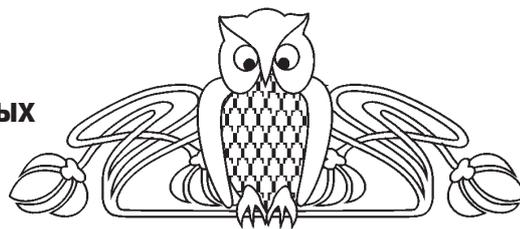
The Tactics of Softening the Categoricity of the Statement (on the Material of the Author's Personal Notes of Conversational Speech)

O. A. Andreeva

The article describes certain tactics and means used to soften the categoricity of the statement, which include the tactics of preventing the addressee's negative reaction, the tactics of objection disguised as consent, the tactics of authorizing constructions, the tactics of employing non-categorical estimation and others.

Примечания

- ¹ Арутюнова Н. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. 1981. Т. 40, № 4. С. 365.
- ² Бахтин М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 289.
- ³ Лотман Ю. Текст в тексте // Труды по знаковым системам. Т. 14. Тарту, 1981. С. 7.
- ⁴ Хализев В. Теория литературы. М., 1999. С. 99.
- ⁵ См.: Сидоров Е. Проблема речевой системности. М., 1987.
- ⁶ См.: Телия В. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996.
- ⁷ См.: Богин Г. Филологическая герменевтика. Калинин, 1982. С. 5.
- ⁸ См.: Дридзе Т. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984. С. 78.
- ⁹ См.: Васильева В. Интерпретация текста в образовании. Пермь, 1997. С. 21.
- ¹⁰ См.: Бахтин М. Указ. соч. С. 361.
- ¹¹ См.: Герман И., Пицальникова В. Введение в лингвосинергетику. Барнаул, 1999.
- ¹² См.: Сорокин Ю. Психолингвистические аспекты изучения текста. М., 1985. С. 86.



Key words: categoricity, categoricity softening, negative reaction, communicative failure.

Человеческие отношения представляются лингвистам как сложная сеть межличностных коммуникаций. Ежедневно мы вступаем в коммуникативное взаимодействие с десятками других людей (дома, на работе, в общественном транспорте, в магазине и т. д.), каждый из которых обладает собственным, уникальным набором личностных и коммуникативных характеристик. Важно, чтобы это коммуникативное взаимодействие происходило эффективно и беспрепятственно. Этому способствуют этические и коммуникативные нормы, осуществляющие функцию, схожую с той, которую выполняют правила дорожного движения, – регулирование и упорядочение коммуникации. С их помощью говорящий может рассчитывать на то, что будет услышан и правильно понят в каждой отдельной коммуникативной ситуации.

Соблюдение коммуникативных норм позволяет говорящему сделать речь коммуникативно



успешной и эффективной¹. Категоричность исследователи относят к важным коммуникативным категориям, поскольку это один из инструментов, помогающих говорящему воздействовать на слушающего. Данное воздействие может осуществляться при помощи многочисленных средств выражения категоричности, которые позволяют сделать речь говорящего убедительной, яркой, показывают его заинтересованность в происходящем. Говорящий должен уметь целесообразно использовать средства выражения категоричности. Тогда окружающими он будет воспринят как человек с четко выраженной позицией, с убеждениями.

Однако излишне категоричное высказывание чаще всего приводит к коммуникативной неудаче. Это связано с тем, что слушающий зачастую не разделяет позиции говорящего по поводу обсуждаемого вопроса или, возможно, придерживается совершенно противоположной точки зрения. На наш взгляд, у каждого человека есть своё коммуникативное ментальное пространство, состоящее из трёх частей: ядра, периферии, дальней периферии. Каждая часть коммуникативного пространства включает в себя определенный, индивидуальный для каждого коммуниканта набор ценностей. Распределение ценностей в ментальном пространстве связано с их приоритетностью в сознании конкретного человека. Причем набор этих ценностей в каждой области ментального пространства будет меняться в зависимости от таких характеристик коммуниканта, как национальность, возраст, пол, образование, воспитание, увлечения и др. Ядро коммуникативного пространства составляют ценные для коммуниканта базисные понятия (семья, родина, друзья и т. д.). К периферии будут отнесены понятия, которые для человека являются менее ценными (деятельность, работа, увлечения и др.). Дальнюю периферию составляют все остальные понятия, известные коммуниканту. Важно понимать, что ценности могут с течением времени и изменением характеристик человека перемещаться из ядра на дальнюю периферию и наоборот. Категоричная оценка высказывания, содержащего в себе понятие, относящееся к ядру коммуникативного пространства слушающего, вызовет более негативную реакцию, чем категоричная оценка высказывания, содержащего в себе понятие, относящееся к дальней периферии. В качестве примера рассмотрим две коммуникативные ситуации, в которых слушающим был один и тот же коммуникант:

1) – *Твоя мать могла бы и повнимательнее относиться к тебе/ а она занимается только собой//*

– *Ты слышишь/ ты по себе не суди/ если твоя твоя жизнь не интересует/ то не надо про других так говорить//*

2) – *Ты что/ его заказала?!*

– *Ты про тортик?*

– *Ну да/ Фу// По-моему это гадость//*

– *А я его уже заказывала// не знаю/ мне понравилось//*

В первом случае, категоричная и резкая оценка понятия *мать (занимается только собой)* вызывает яркую негативную реакцию адресата, так как является ценным для него. Во втором случае негативная оценка говорящим понятия *торт (гадость)* не выводит адресата из эмоционального равновесия.

Речь говорящего, который хорошо представляет себе коммуникативное пространство своего собеседника, будет более убедительной, эффективной, воздействующей. Такой коммуникант сможет уместно применить средства выражения и средства смягчения категоричности в зависимости от того, к какой части коммуникативного пространства оппонента относится обсуждаемый вопрос. Быть внимательными при использовании средств выражения и смягчения категоричности должны малознакомые люди, не знающие ментальных доминант друг друга. Коммуникативной неудачей закончился разговор трех девушек. Важно уточнить, что только две из них (А и Б) были хорошо знакомы:

А. Я скоро замуж выхожу!

Б и В. Поздравляю!

А. Да/удалось наконец его окрутить// Теперь главное не упустишь// А то будешь потом/ разведённой/ и уже никто на тебе не взглянет//

В. У меня дела ещё/ я пойду//

Б. Лен/ подожди сейчас вме...// (обращается к А) Ты думай/ что говоришь!//

А. А что?//

Б. Она только с мужем развелась недавно//

А. Да...// ну и нечего/ раз такая неженка//

В данной ситуации А не знала о проблемах в личной жизни собеседника. И её категоричная оценка (*разведённая, никто на тебя не взглянет*) обидела человека, вызвала коммуникативную неудачу и, как следствие, прерывание отношений, прекращение коммуникации. Использование средств смягчения категоричности могло исправить эту ситуацию.

Несмотря на то, что средства выражения категоричности могут повлечь за собой коммуникативную неудачу, их обязательно нужно использовать в речи, чтобы сделать её яркой, коммуникативно убедительной, доказательной, влиятельной. Но нельзя забывать, что излишняя категоричность высказывания влечет за собой опасность прерывания коммуникации.

Помогают преодолеть излишнюю категоричность в речи средства смягчения категоричности, как вербальные (языковые), так и невербальные (внеязыковые). В рамках этой статьи мы подробно остановимся на рассмотрении языковых средств смягчения категоричности².

Говорящий, который использует средства смягчения категоричности, понимает: если он будет навязывать собеседнику свое мнение, суждение и считать его единственно верным, истиной в



последней инстанции, это приведет к коммуникативной неудаче и, как следствие, прерыванию коммуникации, в чём он чаще всего не заинтересован. Риторически грамотный коммуникант полагает, что ему выгоднее привлечь собеседника на свою сторону и тем самым сделать последнего своим союзником по тому или иному вопросу. Иногда высказывания, содержащие в себе средства смягчения категоричности, оказываются более убедительными, чем высказывания со средствами выражения категоричности. Говорящий должен стремиться не убеждать, а быть убедительным. Убеждающий коммуникант будет воспринят оппонентом скорее всего как навязывающий своё мнение, а убедительный – как предлагающий веские доводы в защиту своей точки зрения.

Каковы же механизмы и средства смягчения излишней категоричности высказывания? Средства смягчения категоричности оказываются действенными не сами по себе, а внутри определенного дискурса, внутри коммуникативной ситуации, коммуникативной задумки. Они эффективны только в рамках какой-то конкретной коммуникативной стратегии или тактики, направленной на смягчение излишней категоричности высказывания.

Так, способствовать смягчению категоричности, достижению гармонизации общения, предотвращению конфликта могут тактики вежливости, которые мы выделим, основываясь на диссертации Г. Р. Шамьеновой³.

Тактика предупреждения негативной реакции адресата позволяет говорящему избежать излишней категоричности при коммуникации. Говорящий предчувствует, что слушающий может отрицательно отреагировать на его высказывание, и пытается избежать этой реакции, апеллируя к сознанию адресата:

– *Поймите меня правильно/ я ничего не смог сделать/ потоки воды были разрушительными// Или:
– Подожди/ не нервничай// и ты хочешь сказать/ что завод выкупили другие хозяева?!!
Опять москвичи, что ли?!!*

Одним из средств реализации этой тактики будут метатекстовые средства – глаголы повелительного наклонения, с помощью которых говорящий просит слушающего внимательнее отнестись к его словам: *поймите, послушайте, я вас прошу, я вас умоляю, подождите, остановитесь, не торопитесь, обождите* и др. Это средство смягчения категоричности может быть эффективным в дискурсивной ситуации, при которой обмен мнениями перерос в спор, ссору, когда коммуниканты находятся в эмоциональном запале.

Предупредить негативную реакцию адресата в определенных контекстах (когда автор убеждает слушающего в том, что тот неверно интерпретировал, не правильно понял его категоричное высказывание) помогут отрицательные местоимения и частицы (*никого не, никто не, отнюдь*

не, никогда не и др.). Коммуникативно грамотный говорящий прибегает к такому средству тогда, когда понимает – его высказывания были чересчур категоричными и вызвали негативную реакцию адресата. Он пытается обобщить свою оценку, не конкретизировать её:

– *Ну почему вы мне не позвонили/ не сказали/ что уже приехали?!! Я жду/ и работа стоит// вы меня просто подвели под монастырь!!!*

– *Я в отпуске был// И почему же меня обвиняют/ что я должен интересоваться работой в то время/ когда у меня отпуск?/ законный между прочим//*

– *Да **никого я не** обвиняю/ просто дело срочное/ и я думала/ что ты позвонишь как приедешь//*

– *Ну так бы и сказала/ а то/ чего я не позвонил//*

Смягчает категоричность высказывания тактика возражения под видом согласия:

– *Да/ когда был союз меня отправили не спрашивая// **Но** почему я сейчас должен приходить в посольство?*

Средством реализации этой тактики будет конструкция *да, но* и её семантические варианты *согласен, но; кажется так, но; верно, но; знаю, что это так, но* и др. Структура этого средства бинарна, представляет собой *согласие+несогласие*. Это эффективное средство смягчения категоричности, так как говорящий, который не разделяет в целом точку зрения слушающего, сперва соглашается с ним, демонстрируя тем самым уважение к высказываемой позиции по вопросу, а затем при помощи противительного союза *но* вводит в текст диалога свою информацию, акцентирует внимание адресата на своей точке зрения:

– *Мне справку надо! Кто подпишет?!!//
– Идите на факультет//
– Да там, вообще/ как в могиле// никого!!//
– Вы понимаете/ что сейчас все факультеты в отпуске?!!//*

– *Знаю// **но** что мне делать/ если нужно/ чтобы декан подписал справку о выдаче аттестата?!!*

– *Во-первых не справку/ а заявление...//
– Ну заявление//*

– *А во-вторых/ не может такого быть, чтобы никто не исполнял обязанности декана// Подождите за дверью/ я сейчас созвонюсь с вашим факультетом/ и вам скажу куда идти//*

– *Спасибо//*

Пример ярко иллюстрирует нам ситуацию, при которой собеседник в процессе коммуникации смог понять, что его излишняя категоричность приведет к коммуникативной неудаче, и, чтобы избежать непонимания, сначала соглашается со своим оппонентом (*знаю*), а затем при помощи противительного союза *но* конкретизирует свою просьбу, выражает своё недовольство факультетом, в деканате которого ему не удалось получить подпись на заявлении. Его собеседник сразу же



отреагировал на смену коммуникативного регистра, и, как следствие, у него появилось желание помочь своему оппоненту.

Или:

– **Я всей душой разделяю гнев зала по поводу неразумного/ репрессивного/ к нашим соотечественникам закона о гражданстве/ но я/ сам/ ничего не могу с этим законом сделать//**

Говорящий дает понять собеседнику, что поддерживает его категоричность, считает, что она полностью оправданна, но сам считает иначе. Таким образом, получается, что адресант придерживается одновременно двух точек зрения, одна из которых заведомо ложная, но подается собеседнику как истинная. Средства, которые использует говорящий для реализации этой тактики, формально разнообразны, но имеют общую семантику – говорящий должен продемонстрировать и дать понять слушающему, что тот имеет право на своё собственное, не зависящее от говорящего мнение.

Тактика использования авторизирующих конструкций, подчеркивающих субъективность коммуниканта, также поможет говорящему смягчить излишнюю категоричность высказывания. При помощи этой тактики говорящий даёт ясно понять адресату, что мнение, которое он высказывает, только его собственное и он не навязывает его оппоненту. Это успешная тактика смягчения категоричности, так как говорящий, с одной стороны, четко выражает свою позицию по поводу рассматриваемого вопроса, с другой – предоставляет адресату право на собственное суждение. Средством реализации такой тактики будут конструкции типа: *я считаю, думаю, смею заверить, полагаю, мне кажется, мне думается, я уверен, по-моему, по моему мнению, надеюсь, на мой взгляд* и др.

Рассмотрим коммуникативную ситуацию, в которой ребенок спрашивает у своей матери разрешение пойти погулять с подругой:

– *Я сегодня хотела с Викой встретиться// ты не против?//*

– *Смотри сама/ но лично я считаю/ что она тебя просто использует// затыкает тобой дырки// когда ей заняться нечем//*

– *Да ну нет/ она просто...//*

– *Делай как знаешь// Но лично я разок бы её проучила и не пошла с ней гулять//*

– *Неохота в выходной дома сидеть// Ты тогда ходишь со мной куда-нибудь?//*

– *Конечно//*

Мать не запретила своей дочери встречаться с подругой, а объяснила, почему она против этой встречи.

Но эта тактика не во всех случаях оказывается действенной. Степень её эффективности зависит также от личных качеств (врожденных и приобретенных) собеседников. Для риторически грамотного, вежливого собеседника авторизирующие конструкции будут смягчать категоричность

высказывания. Для человека невоспитанного они, напротив, выступают катализатором к продолжению спора, который, возможно, перейдет в ссору:

– *Ты ничего не смыслишь в детях!//*

– *Да ты/ вообще/ того...// Да я уверен/ что ты и дня с ними не выдержишь!//*

– *Это я уверен/ что тебе их доверять нельзя...//*

– *Это я прав...//*

– *Да ты вообще/ совсем тупой!//*

В данной речевой ситуации авторизирующие конструкции оказываются неэффективным средством смягчения категоричности. Речь коммуникантов из средства общения, взаимодействия, обмена мнениями трансформируется в средство оскорбления, информативность уступает место воздействию.

Рассмотрим другую коммуникативную ситуацию:

– *Олимпийские чемпионы просто лучшие!//*

Вот кем мы должны гордиться!//

– *На мой взгляд/ они ничего особенного не сделали// Просто качественно выполняют свою работу//*

– *Ой/ ну что за чушь ты несешь?//*

– *Гордиться можно людьми, которые жизнь кому-то спасли/ собой жертвовали/ ветеранами Великой Отечественной// А это сплошная показуха// Нет/ я не умаляю их заслуг/ они молодцы/ что добились в своей области многого/ но по моему мнению/ канонизировать их и поклоняться им/ это полнейший бред сумасшедшего//*

– *Не хочу это обсуждать// останемся при своих мнениях//*

Нельзя сказать, что в данном контексте слушающему удалось заставить говорящего принять его точку зрения, убедить его в том, что не стоит обожествлять победителей Олимпиады. Скорее, он смог высказать своё мнение по этому поводу (*на мой взгляд, по моему мнению*), чем переубедить собеседника.

Тактика использования некатегоричной оценки помогает говорящему достигнуть коммуникативной цели:

– *Мне думается/ есть ещё другие люди/ которые здесь замешаны//*

Используя эту тактику, адресант избегает необходимости высказывания прямой оценки и подает свое мнение завуалированно. Коммуникативно грамотный говорящий понимает, что грубая, откровенная, негативная оценка может стать поводом к прерыванию коммуникации, и правильнее было бы прибегнуть к использованию некатегоричной оценки. Сравним две коммуникативные ситуации:

1) – *В этом году в институт должен поступать// уж не знаю/ поступит ли/ учителя в школе на него жалуются//*

– *Он как был пять лет назад дураком/ так им и остался//*



– Не смей так говорить про моего брата!
Еще неизвестно кто из вас тупее//

2) – Не знаю, что с ней делать// Говорю, пойди книжку почитай/ а она/ больно надо//

– Ну не расстраивайся ты так/ просто она у вас **не интеллектуалка**/ но наверняка у неё есть какие-то другие таланты//

– Какие там таланты// хотя рисует она очень неплохо//

В обоих контекстах оценке подвергаются интеллектуальные способности кровного родственника говорящего. В первом случае категоричная оценка (как был дураком) провоцирует говорящего на ответную негативную реакцию, выраженную через оскорбления (неизвестно кто тупее). Во втором случае коммуникант прибегает к использованию некатегоричной оценки (не интеллектуалка), что позволяет разговору продолжаться в прежней нейтральной тональности. В рассматриваемой коммуникативной ситуации помогает говорящему смягчить излишнюю категоричность высказывания семантика гипотетичности, предположительности (наверняка есть другие таланты).

Плодотворной может быть тактика отстранения оценки непосредственно от собеседника. Помогают говорящему реализовать эту тактику такие конструкции, как я не говорю о; не утверждаю, что; (её, тебя, вас) не осуждаю за; не осуждаю; не считаю, что и др:

– Я не говорю сейчас о человеке/ который перед нами/ я говорю о том/ что чиновники совсем забыли/ что они там (пальцем указывает вверх) должны делать//

Говорящий не конкретизирует лицо, предмет или явление, к которому относится его негативная оценка, избегает «навешивания ярлыков». Абстрагирование от ситуации, от конкретного лица делает его высказывание менее категоричным.

Помогает коммуниканту отстранить категоричную оценку от конкретной ситуации такое средство непрямой коммуникации, как риторический вопрос. Как правило, его используют эмоционально активные говорящие:

– И кто мне заплатит за утраченные нервы?!//

С одной стороны, он помогает говорящему продемонстрировать свою заинтересованность в происходящем:

– Вот что бы с ним было/ если бы мама ему не помогала?!//

С другой, в определенных контекстах слушающий воспринимает риторический вопрос как сомнение автора, адресацию к нему за советом:

– Вот теперь и думаю/ что делать?!//

Говорящий не дает оппоненту какого-то определенного решения или конкретного суждения, а позволяет ему самому поразмышлять над вопросом. Слушающий не чувствует давления со стороны автора высказывания и самостоятельно делает выбор: либо соглашается с его точкой

зрения и становится его союзником, либо встает в оппозицию.

Иногда успешной может быть тактика признания ошибочности своего мнения. Инструментом для ее реализации служат модусные средства, при помощи которых говорящему удается донести до слушающего информацию о гипотетичности или возможности существования его точки зрения по поводу обсуждаемого вопроса:

– Вы **думаете**/ это был её первый опыт?!//

– Я думаю/ что да//

Или:

– Насть/ вы были лучшими подругами/ я **правильно понимаю**?//

Семантика гипотетичности, предположительности помогает автору высказывания продемонстрировать собеседнику готовность принять противоположную точку зрения при условии, что оппонент сможет его в этом убедить, его к этому подвигнуть:

– Ты представляешь/ сосед-то мой/ по квартире/ вторую неделю мне штуку задолжал// каждый день завтраками кормит//

– Да отдаст он/ знаю я его// Ну у человека, **возможно**, денег сейчас только на еду/ родители ему пришлют и отдаст//

– Ну посмотрим//

Реализовать эту тактику и смягчить категоричность высказывания помогут коммуниканту дискурсивные слова и словосочетания со значением возможности, вероятности осуществления или существования какого-либо факта, события: вероятно, возможно, наверное, скорее всего и др.⁴ Говорящий употребляет их тогда, когда у него есть доля сомнения в констатируемом факте. Чаще всего дискурсивные слова с семантикой сомнения встречаются в начале высказывания, то есть в инициальной позиции. Это связано с тем, что сомнению должна подвергаться какая-то информация. Если она будет располагаться сразу после дискурсивного слова с такой семантикой, то адресат быстрее поймет, какую часть высказывания говорящий подвергает сомнению. В финальной позиции в высказывании дискурсивы встречаются довольно редко, так как при таком расположении их функция ослабевает. Иногда дискурсивные слова с семантикой сомнения используются говорящим как средство согласия/несогласия.

– Они (сотрудники строительного магазина) обещали перезвонить!!! Ну что за заразы!!!

– Не переживай ты так// **Скорее всего**/ они ещё до твоего номера не добрались/ у них там, наверное, клиентов выше крыши//

– Ну я же тоже их клиент?!// которого кста-ти/ они могут потерять//

– Не кипятись/ позвони сам и спроси/ когда можно будет подъехать забрать профили//

– **Наверное**, ты прав/ заберу да и забуду//

При помощи средств смягчения категоричности (скорее всего, наверное) слушающему удалось снизить категоричную патетику говорящего и убе-



дить его в том, что бытовая ситуация, в которой он оказался, отнюдь не критична и легко поправима.

Тактика предоставления свободы действий адресату при демонстрации своей позиции смягчает категоричность высказывания:

– *У каждого человека своё мнение/ но мне кажется/ ответственность должна нести прежде всего школа/ в которой работает этот человек//*

Говорящий, несмотря на то что имеет свою точку зрения, не поддерживает мнения собеседника, однако предоставляет ему свободу в суждении по поводу того или иного вопроса.

Смягчит категоричность тактика оправдания нежелательных действий по отношению к адресату по не зависящим от говорящего причинам либо не находящимся в его компетенции:

– *Хочу ему помочь/ и не могу/ руки законом связаны//*

Говорящий ссылается на свою зависимость от третьих лиц (закон) и тем самым оправдывает своё бездействие – отказывает в юридической помощи человеку, который в ней нуждается.

Менее категоричным будет высказывание со ссылкой автора на чье-либо мнение, суждение. Причем автор может присоединиться к мнению большинства (определенной или неопределенной группе людей, разделяющих его мнение) или указать на то лицо, которое высказывает подобную точку зрения. Таким образом, автор пытается снять с себя ответственность за возможно излишнюю категоричность высказывания. Рассмотрим коммуникативную ситуацию, участниками которой стали два пожилых человека:

– *Водой запаситесь/ отключат сегодня//*

– *Ага/ ты знаешь сколько кубометр стоит?*

Это специально делают/ чтобы мы воду лили//

– *Алексей Владимирович сказал/ что завтра в 6 утра отключат//*

– *А...// Ну тогда побежал я/ надо ещё своих предупредить//*

На наш взгляд, это очень эффективное средство смягчения категоричности. Часто для человека мнение большинства, мнение авторитетного человека представляется единственно правильным, верным.

Это средство смягчения категоричности иногда может несколько трансформировать свою функцию:

– *Вы что, с Сашкой поругались из-за Турции и расстались/ или из-за того/ что он тебя дураком при всех назвал?//*

– *Ты этот вывод сама сделала или кто-нибудь помог?//*

– *Да я то при чем/ Жанна позвонила/ и сказала/ что ты его бросила из-за того/ что путёвку в Турцию тебе не оплатил/*

– *Вот зараза Жанка// Ты извини, что я на тебя набросилась// Думала/ что ты этот слух распустила//*

Негативная реакция слушающего, направленная на говорящего, заставила последнего от-

казаться от своих слов и приписать категоричные высказывания третьему лицу, не участвующему в коммуникации.

Таким образом, при высказывании своей точки зрения говорящий, используя тактики вежливости, помимо смягчения категоричности своего высказывания демонстрирует также толерантность, великодушие по отношению к собеседнику. Коммуникант не должен злоупотреблять ни средствами выражения, ни средствами смягчения категоричности высказывания. Безусловно, наша речь должна быть яркой, интересной и убедительной. Но, к сожалению, не все коммуниканты чувствуют и ощущают тонкую грань между понятиями *убедительный* и *категоричный*. В Толковом словаре русского языка под редакцией С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой *категоричный* понимается как «ясный, безусловный, не допускающий иных толкований», а *убедительный* – как «настоятельный, настойчивый, заставляющий убедиться в чем-нибудь, доказательный»⁵. Мы видим семантическую близость эти двух понятий, но в понятии *категоричный* отсутствует семантика ориентированности на адресата, точка зрения говорящего становится доминантной и основной. Так, например, лексема *безусловный*, определяющая понятие *категоричный*, растолковывается в словаре как «истина вне каких-либо доказательств»⁶. Понятие *убедительный* семантически ориентировано на точку зрения адресата, так как убедить можно только кого-то в чем-то. Кроме того, *убедительный* включает в своё толкование важную лексему *доказательный*, то есть основанный на чем-либо. Говорящий должен стремиться к тому, чтобы его речь была убедительной, а не категоричной, потому что только тогда она будет эффективной.

Важно помнить, что степень несогласия коммуникантов может быть разной, выступать в разных формах (оговорка, поправка, намек, замечание, спор, дискуссия, ссора и др.). Для успешного общения необходимо соблюдать этические нормы, уважительно и доброжелательно относиться к собеседнику, вербально и невербально показывать свою заинтересованность в коммуникации.

Примечания

¹ См.: Захарова Е. Коммуникативные категории и нормы // Хорошая речь / под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой : 2-е изд., испр. М., 2007. С. 163.

² См.: Кормилицына М. Категоричность и способы её смягчения в текстах современной прессы // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. Саратов, 2003. Вып. 7. С. 62–72.

³ См.: Шамьенова Г. Принцип вежливости как особая коммуникативно-прагматическая категория в русском речевом общении : дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2000.



⁴ См.: Дискурсивные слова русского языка : опыт контекстно-семантического описания / под ред. К. Киселёвой, Д. Пайара. М., 1998.

⁵ См.: Толковый словарь русского языка : 80 тыс. слов и

фразеологических сочетаний : 4-е изд., доп. / под ред.

С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой. М., 2006.

⁶ Там же.

УДК 811.161.1'37:659.1

СРЕДСТВА ВИЗУАЛЬНОЙ АКТУАЛИЗАЦИИ КАК ГРАФОСЕМАТИЧЕСКАЯ РАЗНОВИДНОСТЬ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТАХ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Л. П. Амири

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

E-mail: liudmila.amiri@gmail.com

Статья посвящена рассмотрению визуальной актуализации как графосемантической разновидности языковой игры, представленной средствами пиктографической и прецедентной визуальности. Когнитивный механизм восприятия креолизованных текстов рекламной коммуникации анализируется через описание реализации обозначенных средств визуальной актуализации.

Ключевые слова: креолизованный рекламный текст, языковая игра, прецедентный феномен, графические средства, визуальная актуализация.

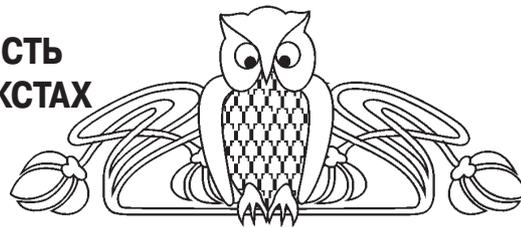
Means of Visual Actualization as a Graphosemantic Variety of Language Game in the Creolized Texts of Advertising Communication

L. P. Amiri

The article is dedicated to the study of visual actualization as a graphosemantic variety of the language game, represented by means of pictographic and precedent visualization. Cognitive mechanism of perception of multilevel texts in advertising communication is analyzed with the help of the description of how the designated means of visual actualization are implemented.

Key words: creolized advertising text, language game, precedent phenomenon, graphic devices, visual actualization.

Сегодня исследователи отмечают склонность современной коммуникации к визуализации, рост объема визуальной информации, что во многом обусловлено тем, что «технический прогресс нынешней эпохи покусился на уникальность письменности. <...> И, как бы ни возмущался наш русский и лингвистический и лингвоцентрический консерватизм, наука и техника радикально изменяют языковое существование, характер общения»¹. Причина активного использования графических средств при создании рекламных текстов заключается, во-первых, в том, что современное поколение с новым ритмом жизни быстрее реагирует на яркие, выразительные образцы рекламного творчества, а во-вторых – человеческий глаз воспринимает не отдельные буквы, а группы букв или слов, яркие, красочные рисунки. Именно слияние словесного и визуаль-



ного языка максимально способствует созданию эффективной рекламы. Рекламный текст как лингвосемиотическое целое всегда представляет собой комплекс вербальных и невербальных (аудиальных, визуальных, кинестетических) составляющих, (чаще всего) неразрывно связанных между собой. Данные тексты создаются на основе креолизации и называются креолизованными текстами (термин Ю. А. Сорокина, Е. В. Тарасова), ср.: «Креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух неомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)»². Под креолизацией понимается «комбинирование средств разных семиотических систем в комплексе, отвечающем условию текстuality»³. В отечественной науке данное явление привлекает внимание целого ряда исследователей⁴.

Современная реклама постоянно находится в активном поиске новых средств выразительности для концентрации внимания реципиента на том или ином аспекте рекламного текста. Средства актуализации, представленные визуализацией, обладают большим суггестивным потенциалом, что делает значимым их исследование для лучшего понимания механизмов игровой манипуляции. Актуальность данной статьи заключается в том, что впервые предпринято исследование визуальной актуализации на примере разноуровневых текстуальных средств. Предметом исследования являются средства визуальной актуализации. В качестве объекта исследования выступает реализация средств визуальной актуализации в современной рекламе. В рамках данной статьи предпринята попытка продемонстрировать реализацию средств визуальной актуализации как элементов, имеющих ключевое значение для дешифровки послания, которое заложено в рекламном тексте, рассматриваемом как единое лингвосемиотическое явление.

Визуальная актуализация в рекламном тексте может быть реализована и на собственно языковом уровне при помощи использования такого графического приема языковой игры, как капитализация, который может использоваться для