

СРЕДСТВА ОБРАЩЕННОСТИ РЕЧИ В АДМИНИСТРАТИВНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЯХ

Рассматривается речевой жанр административного объявления. Определяются его жанрообразующие признаки, влияющие на выбор языковых средств при составлении текста объявления. Выявлено, что исследуемый материал характеризуется наличием потенциального адресата, поэтому в тексте объявления присутствуют особые средства, выражающие обращенность речи. В соответствии со спецификой материала предложена их классификация.

Ключевые слова: речевой жанр; объявление; средства обращенности; адресат; адресант.

В повседневной жизни человек является участником различных коммуникативных ситуаций, выполняя при этом разнообразные социальные и коммуникативные роли, совершая те или иные коммуникативные акты. Всякий акт коммуникации протекает в соответствии с определенной схемой и под воздействием факторов, детерминирующих его успешность. Согласно модели речевой коммуникации, предложенной Р.О. Якобсоном, в процессе коммуникации участвуют адресант и адресат, от первого ко второму направляется сообщение, которое представлено с помощью кода, полностью или хотя бы частично общего для адресанта и адресата. Кроме этого, в модель коммуникации включен контекст, связанный с содержанием сообщения, т.е. с передаваемой им информацией, а также контакт – физический канал и психологическая связь между адресантом и адресатом, обуславливающие возможность установить и поддерживать коммуникацию [1. С. 18]. Таким образом, успех коммуникации зависит от умения ее участников выбрать адекватную ситуации общения стратегию и речевые формы ее реализации с учетом указанных критериев. Поскольку всякое сообщение предполагает наличие адресата, в нем содержатся соответствующие средства обращенности речи. Цель настоящей статьи – выявить средства обращенности речи в тексте административного объявления.

Материалом исследования послужили тексты письменных объявлений, размещенных в транспорте, больницах, кафе, университетах, библиотеках, подъездах жилых домов, магазинах и других общественных местах. Особенность административного объявления, по словам М.Г. Беззевой, состоит в том, что «в качестве адресанта здесь выступает обычно некая администрация, которая имеет право предписывать нормы поведения некоему социуму, а адресатом являются все, кто читает объявление» [2. С. 24]. Таким образом, административное объявление определяется как императивный речевой жанр, представленный преимущественно краткими письменными текстами, расположенными в общественных местах и нацеленными на побуждение адресата к действию. При этом в качестве адресанта выступает обычно представитель администрации. Корпус исследования составляет 360 текстов административных объявлений.

Е.А. Курченкова отмечает следующие признаки объявления как речевого жанра (РЖ): 1) наличие некоего факта, о котором необходимо сообщить в объявлении; 2) наличие в тексте информативной и воздействующей функций, которые проявляются в сочетании перлокутивной цели и интенциональной установки; 3) опосредованность; 4) ограниченный объем [3. С. 4]. Исследователь также замечает, что специфичность со-

держания и средств выражения в объявлениях функционально обусловлена сочетанием двух целеустановок – информировать и побуждать к действию, которые в разных текстах объявлений проявляются в высказываниях с различной иллокутивной силой [Там же].

Доминирующей функцией административных объявлений является побуждение адресата к действию. Исходя из этого, адресант выбирает тот или иной речевой жанр и использует для его реализации соответствующие лексические и синтаксические средства. При этом для адекватной интерпретации его замысла адресантом, текст объявления должен быть составлен в соответствии с когнитивными, языковыми и иными возможностями получателя сообщения. В связи с этим особое значение при выборе жанра речи играет взаимоотношение факторов «образ автора» – «образ адресата». По мнению О.А. Казаковой, «жанрообразующими свойствами обладают такие параметры адресата, как его единичность / обобщенность, активность / пассивность, заинтересованность / незаинтересованность, степень информированности, возраст, степень личной близости к автору» [4. С. 45]. Специфика речевого жанра административного объявления состоит в обращенности к массовому читателю, в связи с чем при построении сообщения не учитываются личностные характеристики адресата. Поэтому в качестве обращения в жанре объявления обычно используется имя нарицательное, а не имя собственное, что характерно для «собственно обращения» [5. С. 166]. Это объясняется еще и тем, что потенциальный адресат в большинстве случаев неизвестен.

Другой особенностью объявления является то, что оно, в соответствии с концепцией Н.Б. Лебедевой, относится к жанру естественной письменной речи, «граничащей с официально-деловой, газетно-публицистической, художественной речью» [6. С. 73]. Как жанр естественной письменной речи объявление характеризуется непрофессиональностью исполнения, что предполагает неподготовленность автора к выполнению такого вида деятельности и отсутствие платы за ее выполнение [Там же]. Таким образом, наиболее существенными характеристиками РЖ административного объявления являются доминирование воздействующей функции и наличие потенциального адресата, от которого ожидается нелингвистическая реакция на каузируемое действие. В связи с этим текст объявления содержит определенные элементы, выражающие обращенность речи. Обратимся к их рассмотрению.

В.Е. Гольдин выделяет первичные и вторичные средства обращенности речи. К первичным относятся средства активного выделения адресата. Вторичные средства «не выделяют адресатов, но дают получателю основания для желательного отправителем выбора

(обращение к определенному содержанию, использование такой композиции текста, которая способна вызвать повышенный интерес к нему, создание привлекающей внимание формы и вместе с тем выбор привычного, удобного, свойственного адресату языка, подязыка, стиля и т.д.)» [7. С. 47]. Первичные средства обращенности, по В.Е. Гольдину, называются средствами адресации [7. С. 48]. Таким образом, к средствам обращенности речи относятся непосредственно обращения, называющие адресата, и вербальные и невербальные элементы текста, привлекающие внимание. В некоторых источниках (например, [8]) они называются также средствами речевого контакта. Специфика РЖ административного объявления, в частности его письменная форма, позволяет нам отождествить понятия «средства речевого контакта» и «средства обращенности речи» и использовать их в настоящей статье как синонимы.

Р.М. Гайсина к средствам речевого контакта относит все те языковые элементы структуры и состава предложения, которые указывают на наличие человека, воспринимающего речь. К таким средствам относятся: 1) так называемые обращения; 2) некоторые разряды вводных слов (типа «знаете ли», «понимаете ли»); 3) глагольные формы второго лица в позиции сказуемого; 4) местоименные формы второго лица в позиции любого члена предложения; 5) специфическая интонация, оформляющая некоторые типы высказываний [8. С. 38].

Учитывая результаты исследования Р.М. Гайсиной и классификацию средств обращенности В.Е. Гольдина, предлагаем следующую таксономию языковых средств выражения направленности речи, отражающую особенности материала. Она построена по принципу шкалы, в основе которой лежит способ обозначения адресата. В зависимости от использования прямого или косвенного указания на адресата сообщения, выделяются первичные и вторичные средства обращенности речи. К первичным средствам относятся: а) собственно обращение; б) средства активного выделения адресата, не являющиеся обращением. Вторичные средства включают морфологические (наклонение и личная форма глагола, падеж имени существительного) и синтаксические средства (определенная структура предложения), а также стилевую окраску высказывания, шрифт и т.д. Таким образом, выделенные средства обращенности представлены различными уровнями языка: первичные выражаются с помощью средств всех уровней, в то время как вторичные – лишь посредством синтаксических и морфологических средств.

Необходимость разделения группы первичных средств на две подгруппы обусловлена особенностями обращения, которое определяется как «грамматически независимый и интонационно обособленный компонент предложения или более сложного синтаксического целого, обозначающий лицо или предмет, которому адресована речь» [9. С. 340–341]. Важная особенность обращения состоит в том, что оно не является собственно речью, а выступает лишь призывом к ее восприятию [5. С. 164]. Это означает, что не все средства выделения адресата являются обращением.

Перейдем к анализу фактического материала согласно предложенной классификации (орфография и пунктуация источников сохранены).

1. Первичные средства обращенности речи.

А) Обращение является ядерным элементом обращенности в отличие от других средств, выражающих направленность речи. Результаты количественного анализа показали, что обращение является наиболее частотной формой обращенности и содержится в 138 текстах объявлений. Приведем пример:

(1) *Уважаемые покупатели! Возврат и обмен товара производится только при наличии кассового чека. Администрация.*

В данном объявлении обращение выражено формулой «уважаемый + адресат», принятой в обстановке официального общения. Такая формулировка использована в 108 объявлениях, содержащих обращение. В данном случае адресат обозначен именем нарицательным, что объясняется особенностью жанра. Как показало исследование, при обращении в РЖ административного объявления имя собственное используется крайне редко и содержится лишь в 2 объявлениях из 360, например:

(2) *Нетаева Мария – срочно в деканат!!!!!!!!!!!!!!!
Шмакова Юлия – срочно в деканат!!!!!!!!!!!!!!!*

Отметим, что имя собственное, используемое в данном объявлении, нельзя с полной уверенностью рассматривать как обращение. С одной стороны, оно соответствует определению обращения, приведенному выше. С другой стороны, структура предложения – использование неполного предложения для выражения требования – и контекст позволяют рассматривать имя адресата в качестве подлежащего. Исходя из этого, данное имя собственное нельзя считать обращением.

Заметим, что наряду с первичным средством обращенности – названием имени адресата – применяются вторичные средства, в частности графическое выделение каузируемого действия, а также использование особой структуры предложения. Неполное (эллиптическое) предложение является одним из наиболее распространенных типов предложений, употребляемых в РЖ административного объявления. По словам В.С. Храковского и А.П. Володина, употребление эллиптических императивных конструкций характерно для стандартных ситуаций, которые отличаются дефицитом времени, и лаконизм императивных предложений оправдывается своевременным и, следовательно, успешным исполнением каузируемого действия [10. С. 173]. Коммуникативная ситуация, отражаемая в данном объявлении, полностью отвечает указанным особенностям.

Рассмотрим другие средства активного выделения адресата, не являющиеся обращением и лежащие на периферии категории обращенности.

Б) Средства активного выделения адресата, не являющиеся обращением. К таким средствам относятся, прежде всего, морфологические формы слов. Так, имя адресата может быть выражено не только формой именительного падежа, но и формами косвенных падежей. Примером этого может служить следующее объявление:

(3) *Лицам, не достигшим 18 лет, спиртные напитки и табачные изделия не продаются.*

Данное объявление характеризуется тем, что для обозначения адресата используется описательная конструкция. Она отличается от обращения тем, что не выполняет характерной для него контактоустанавливающей функции.

II. Вторичные средства обращенности речи. К ним относятся представленные на морфологическом и синтаксическом уровнях особые элементы текста, указывающие на наличие объекта, воспринимающего информацию. В качестве синтаксических средств выступают определенные типы предложений, в частности односоставные предложения, грамматической основой которых является один главный член. Исследование показало, что в РЖ административного объявления наиболее распространены односоставные предложения, главным членом которого является глагол (50% всех объявлений), хотя встречаются и именные предложения. Для выражения обращенности речи используются следующие виды односоставных предложений:

А) Определенно-личные предложения, например:

(4) *Улыбнитесь! Вас снимает скрытая камера ☺*

(5) *Вошел? Уселся? Рассчитайся!!*

Особенностью данного типа предложений является то, что они выражают действие, соотношенное с определенным деятелем, который, однако, не обозначен словесно [11. С. 151]. В данном случае глагол представлен в повелительном наклонении, обозначающим «не просто процесс, действие или состояние, а волеизъявление говорящего относительно выполнения / невыполнения действия» другим лицом [10. С. 13], что подразумевает наличие адресата. Заметим, что правила речевого этикета предписывают использование формы второго лица множественного числа в значении единственного при обращении к адресату в официальной обстановке общения, однако приведенные примеры свидетельствуют о том, что РЖ объявления допускает употребление формы единственного числа. С одной стороны, такая форма может расцениваться как проявление невежливости по отношению к адресату, что в значительной степени снижает эффективность воздействия. С другой стороны, обращение на «ты» предполагает равный социальный статус коммуникантов, поэтому использование такой формы обращения должно способствовать сокращению дистанции между адресантом и адресатом, повышая эффективность коммуникации. В данном случае определенно-личное предложение обладает семантикой обобщенности: адресант обращается не к одному конкретному адресату, а к каждому, читающему данное сообщение.

Б) Неопределенно-личные. В этом виде предложений действие совершается неопределенными или не обозначенными лицами и выражается глаголом в форме 3 лица мн. ч. [11. С. 153], например:

(6) *Уважаемые гости! У нас в туалете не курят. Приносим извинения за доставленные неудобства.*

В данном примере неопределенно-личная форма глагола «не курят» обладает семантикой обобщенности и указывает на то, что потенциальным адресатом являются все, кто читает объявление. Она несет в себе модальное значение нецелесообразности действия: в форме информационного сообщения заключен запрет совершать указанное действие.

В) Инфинитивные предложения. Они выражают независимое действие, не соотношенное с деятелем. Однако в тексте административного объявления инфинитив часто сопровождается именем адресата в косвенном падеже, например:

(7) *Всем студентам по всем вопросам обращаться в 237 аудиторию.*

В данном примере инфинитивное предложение содержит действие, которое необходимо совершить и имя адресата в дательном падеже. Таким образом, создается специфический коммуникативный эффект. Он заключается в том, что те, кто не является студентами, воспринимают такое сообщение как информацию, которая их не касается, в то время как потенциальный адресат – студенты, понимают его как руководство к действию.

Г) Нечленимые предложения. Они лишены грамматической формы; в них не выделяются члены предложения. Нечленимые предложения не содержат и не допускают в своем составе спрягаемых форм глагола и поэтому не имеют конкретных модально-временных значений. По функции нечленимые предложения соотносятся с повествовательными, вопросительными, побудительными [12. С. 158]. Например:

(8) ***ВНИМАНИЕ!** Выписка статистического талона на прием к врачу производится строго по предъявлению страхового полиса.*

В данном примере нечленимое предложение *Внимание!* выполняет побудительную функцию и используется для привлечения внимания потенциального адресата. Отметим, что данную функцию выполняют все лексические средства, предваряющие текст административного объявления, такие как «осторожно», «информация», «объявление» и др. Это обусловлено тем, что в стандартных ситуациях, предполагающих наличие объявления (например, запрет ходить по газону, прислоняться к двери вагона и т.д.), люди его часто игнорируют, оно перестает выполнять функцию регулятора поведения. Поэтому для привлечения внимания читателя адресант использует различные лингвистические и паралингвистические средства, к наиболее часто употребляемым из которых относятся приведенные выше слова-предложения. Количественный анализ показал, что они содержатся в текстах 28% от общего числа объявлений. Вместе с тем хочется заметить, что в силу частого употребления таких контактоустанавливающих лексем и их стандартной формы существенно снижается их эффективность. Поэтому для привлечения внимания адресата наряду с лингвистическими средствами часто используются паралингвистические, к которым относятся, в частности, цветовые и шрифтовые выделения частей текста, а также использование иллюстраций. Например, табличка в маршрутном автобусе города Томска:

(9) *Водитель не осьминог, всем сразу сдачу дать не может!*

Она сопровождается изображением осьминога, который, в первую очередь, и привлекает взгляд пассажира. Приведем другой пример использования внеязыковых средств речевого контакта.

(10) *Пожарный проезд держать свободным! Машины не ставить!*

Данное объявление характеризуется тем, что в нем отсутствует прямое обозначение адресата, однако на его наличие указывают следующие признаки. Во-первых, употребление существительного «машины» предполагает обращенность к их владельцам. Во-вторых, использование инфинитивной формы глагола с семантикой императива косвенно указывает на наличие лица,

к которому обращен призыв к действию. Отсутствие вербального выделения адресата обусловлено тем, что объявление расположено в многолюдном месте и учесть всех потенциальных адресатов невозможно. Употребление инфинитива указывает на категоричность требования и определенным образом характеризует речевую ситуацию, в которую вписан данный коммуникативный акт: требование подлежит немедленному выполнению в силу объективных обстоятельств. При его невыполнении в случае возникновения пожара жизнь людей окажется под угрозой. Графическое выделение части текста призвано привлечь внимание потенциального адресата и произвести дополнительный воздействующий эффект.

В качестве средства обращенности может выступать также и особая структура предложения, привычная для адресата форма выражения мысли с использованием клишированных фраз, формул речевого этикета. Например:

(11) ПРОСЬБА НЕ БЕСПОКОИТЬ! Как учтемся, так и откроемся.

Формула «(убедительная) просьба + глагол» является стандартной формулировкой при выражении просьбы, употребляемой преимущественно в официально-деловой сфере общения. Она также нередко

служит для выражения более категоричных побуждений, в частности требования.

Итак, анализ административных объявлений показал, что в них используются различные средства речевого контакта, основным из которых является обращение. Результаты количественного анализа свидетельствуют о том, что наиболее частотным средством выражения обращенности речи является обращение, оно содержится в тексте 35% объявлений, в 78% из них используется вежливое обращение, выраженное формулой «уважаемый + адресат». Выделяются первичные и вторичные средства направленности речи. Первичные средства характеризуются выделением адресата сообщения на уровне лексики, в то время как вторичные лишь указывают на его наличие посредством морфологических и синтаксических средств. К их числу относятся дательный падеж имени существительного, форма второго лица и повелительное наклонение глагола, а также использование односоставных предложений. Выявлено, что в РЖ административного объявления одновременно могут использоваться несколько языковых средств обращенности речи, например вербальное обозначение адресата и графическое выделение текста. Это обусловлено назначением административного объявления – побудить адресата к действию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975.
2. Безяева М.Г. Особенности реализации целеустановки высказывания в жанрах письменной и устной речи (на примере вариантного ряда конструкций русского требования) // Rostocker Beiträge zur Sprachwissenschaft. 1997. № 4. С. 23–42.
3. Курченкова Е.А. Культурно-языковые характеристики текстов газетных объявлений (на материале английской и русской прессы): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000.
4. Казакова О.А. Языковая личность диалектоносителя в жанровом аспекте: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2004.
5. Прияткина А.Ф. Русский язык: Синтаксис осложненного предложения: Учеб. пособие. М.: Высш. шк., 1990.
6. Лебедева Н.Б. Повседневная письменная речь как новый объект исследования // Филология и философия в современном культурном пространстве: проблемы взаимодействия: Сб. науч. докл. / Под ред. В.А. Суханова. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2006.
7. Гольдин В.Е. Обращение: теоретические проблемы. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986.
8. Гайсина Р.М. Средства речевого контакта в отношении к структуре предложения // Вопросы синтаксиса русского языка. Ростов н/Д, 1971.
9. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990.
10. Храковский В.С., Володин А.П. Семантика и типология императива. Русский императив. Л.: Наука, 1986.
11. Русский язык / Под ред. Л.Л. Касаткина. М.: Академия, 2001.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 9 марта 2009 г.