

## ТИПЫ КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ВАРИАТИВНОСТИ В МАЛОФОРМАТНЫХ ТЕКСТАХ

© 2005 О.И. Таюпова

*Башкирский государственный университет*

Понятие вариативности является для современного уровня развития языкознания одной из необходимых лингвистических категорий, а ее исследование относится к сфере актуального употребления языка (ср. Б. Абрамов, В.Г. Адмони, Е.Е. Анисимова, Н.С. Бабенко, Т.Г. Винокур, В.Г. Гак, В.Д. Девкин, А.И. Домашнев, Г.А. Золотова, О.И. Москальская, Т.А. Расторгуева, Е.А. Реферовской, Э. Ризель, Н.Н. Семенюк, В.М. Солнцев, Г.В. Степанов, Ю.С. Степанов, А.Д. Швейцер, Е.И. Шендельс, В.Н. Ярцева, U. Ammon, A. Betten, P. Braun, K.-D. Bünting, R.P.E. Coseriu, R.P. Ebert, W. Eichler, U. Engel, U. Fix, G. Fritz, H. Löffler, K.-J. Matt-heier, D. Nerijs, P. Suchsland, H. Vater, H. Weinrich). По мере развития общей теории языка формировались разные подходы к изучению вариативности, поскольку она пронизывает всю языковую систему и ее функционирование. Этим объясняется как выделение различных видов вариативности, так и неоднозначность толкования данного феномена лингвистами. Особенно осложняется понятие варьирования при переходе исследований на текстовой уровень, который является сферой действия коммуникативно-прагматической вариативности.

Изучение вариативности в текстах стимулировало прежде всего интерес лингвистов в последней трети XX в. к исследованию прозаических текстов с точки зрения "множественности" их коммуникативно-прагматической нормы (ср. Е.Е. Анисимова, Н.В. Пестова, G. Helbig, D. Nerijs и др.). Текст стал рассматриваться как прагматическая величина, организуемая с определенными коммуникативными целями. В целом прагматический переход в лингвистике характеризуется тем, что первостепенную роль стали играть вопросы употребления языка и условия, в которых протекает коммуникативная деятельность, т.е. коммуникативная ситуация.

В настоящей работе, которая является результатом непосредственного наблюдения над малоформатными текстами (МФТ), предпринята попытка дополнить существующее соотношение лингвистических понятий системной и системно-функциональной вариативности понятием

коммуникативно-прагматической вариативности (КПВ), действующей в МФТ современного немецкого языка, выявить ее сущность и определить основные типы. При этом исследование различных видов МФТ не ориентировано на теорию, исключающую противоречия. Напротив, подход от конкретного к абстрактному позволяет рассматривать наблюдающуюся при описании текстов гетерогенность как обычное явление.

Непосредственным объектом рассмотрения в настоящей статье являются МФТ, используемые в общении как между физическими, так и юридическими лицами. Выбор исследуемых текстов, основанный прежде всего на их общем формальном признаке (краткость), позволил объединить весьма разнородные речевые произведения и обусловлен значением, а также частотностью использования рассматриваемых текстов в современном социуме.

Исследуемые нами МФТ не обладают единством ни в плане происхождения, ни в плане своего объема и включают:

- а) краткие автономные монологические тексты (ср. прогноз погоды, реклама, инструкция и др.);
- б) фрагменты текстов, обладающие определенной (неполной) автономностью (отдельные законодательные положения);
- в) краткие автономные диалогические тексты (интервью).

В функциональном плане эти тексты относятся к разным коммуникативным сферам и отчасти опираются на лингвистические характеристики последних.

Объем рассматриваемых МФТ не превышает, как правило, 1000 печатных знаков, но может равняться и одному элементарному предложению, состоящему из одной лексической единицы. К таким сверхкратким текстам относятся исследуемые нами объявления, информирующие членов социума о подстерегающей их опасности или содержащие определенные рекомендации, несоблюдение которых может повлечь за собой различные неприятности и иметь негативные последствия. Что касается исследования диалогических текстов интервью, то оно ограничено параметром, взятым в качестве ведущего, поскольку крат-

кость все же не вполне типичный признак для этого вида текста. Поэтому нами рассматриваются только интервью, публикуемые еженедельно в журнале “Der Spiegel” в рубрике “Klüger werden mit”, объем которых не превышает 1000 печатных знаков.

Для выявления специфики коммуникативно-прагматической вариативности, действующей в МФТ, нами используются два подхода к тексту: пропозициональный и коммуникативно-прагматический, от которых зависит трактовка понятий “вариант” и “инвариант”. Так, при пропозициональном подходе, от составляющих текст высказываний к целому инвариантами можно считать элементарные ситуации (пропозиции, некие семантические сущности), а вариантами – выражающие их материальные знаковые единицы. Коммуникативный подход к тексту дает основание рассматривать в качестве инварианта не только само понятие “текст” с характерными для него параметрами. С некоторой долей условности и вид текста может рассматриваться как инвариант, поскольку он аккумулирует в себе наиболее существенные, доминирующие признаки, а его подвиды – как варианты текста.

Коммуникативно-прагматическое варьирование входит как важная составная часть в общее понятие коммуникативно-прагматических норм, регулирующих процессы употребления языка в его отдельных функциональных разновидностях. Особенность нормы, действующей в текстах, состоит в том, что она включает в себя не только варьирование разнообразных средств различных языковых уровней. В понятие коммуникативно-прагматической нормы входит и использование в текстах некоторых дополнительных языковых явлений (иноязычной лексики, экспрессивных элементов, словообразовательных моделей, разговорной или терминологической лексики и т.д.), а также экстралингвистических средств (шрифты, разрядка, цвет, расположение текста, выделение отдельных пунктов, заглавные буквы, иконизм), которые способствуют дифференциации отдельных видов МФТ.

В межличностном общении коммуникативно-прагматическая норма текстов представляет собой правила комбинирования и использования в них вербальных и невербальных средств, употребление которых она соответствующим образом регулирует. Для каждого вида (подвида) МФТ имеется своя коммуникативно-прагматическая норма, представляющая собой набор его обязательных (ведущих) и факультативных (вторичных) признаков. Поскольку в пределах нормы того или иного МФТ могут су-

ществовать и сосуществовать несколько языковых вариантов, то вариативные пары (ряды), образуемые при использовании средств различных языковых уровней, обладают в ряде случаев значительным числом конstituентов, что, в свою очередь, свидетельствует о широком диапазоне варьирования коммуникативно-прагматических норм отдельных МФТ. При этом изучение вариативности применительно к текстам связано с выявлением не только сходств, но и различий использования в них тех или иных средств.

Полученные нами результаты исследования свидетельствуют о том, что категория КПВ применительно к речевым произведениям является частным случаем проявления языковой вариативности и в ней особым образом преломляется общая теория вариативности. Но, несмотря на то, что КПВ в тексте строится на системной вариативности, это феномен особого рода, поскольку она является категорией коммуникативной деятельности; КПВ связана с функционированием текстов в социуме и выполнением ими коммуникативных функций, направленных на регулирование коммуникативного и некоммуникативного поведения адресатов.

Воздействие на адресата обеспечивается определенным набором языковых явлений и экстралингвистических средств, которые используются в том или ином виде (подвиде) текста. Существование различных видов и подвидов текстов является результатом целенаправленной деятельности адресанта в ответ на стимулы извне, которые – в зависимости от прагматических установок данной культурной общности – задают тексту некоторые свойства и функции [1, 92; 2, 67]. Рассматриваемые нами МФТ могут выполнять различные коммуникативно-прагматические функции, две из которых являются ведущими, а именно: информирующая и социально-регулирующая.

С учетом выполняемых ведущих коммуникативных функций, направленных на регулирование коммуникативного и некоммуникативного поведения адресатов, рассматриваемые нами МФТ подразделяются на две группы текстов, каждой из которых характерны специфические черты. Преимущественно информирующими являются инструкции, прогнозы погоды, интервью, рекламы и кулинарные рецепты, а социально-регулирующая функция доминирует в объявлениях, деловых письмах, отдельных законодательных положениях, а также в официальных автобиографиях.

Категория КПВ охватывает не только разнообразные средства различных уровней языковой сис-

темы: морфологического, синтаксического, лексического и коммуникативного, но и, с некоторой долей условности, внеязыковые явления, используемые в текстах, поскольку различия между рассматриваемыми нами МФТ (точно так же, как и сходства) возникают, в том числе, и на основе распределения в них некоторых экстралингвистических средств. При помощи определенных внеязыковых признаков графического и структурного порядка, а также некоторых иконических (изобразительных) средств создаются дополнительные разграничения текстов.

Специфика МФТ, как сферы действия коммуникативно-прагматического варьирования, проявляется в том, что ограниченность текстового формата вызывает стремление к экономии в использовании языковых и неязыковых явлений. Вместе с тем, это создает дополнительные возможности и стимулы их варьирования, т.к. отнюдь не исключает в целом ряде МФТ как более сжатого, так и более пространного изложения одного и того же содержания. В целом на частотность использования форм и конструкций, представленных в вариативной паре (ряду), оказывает влияние такое преимущество одной из них, как выразительная краткость, лаконизм и сжатость изложения, с которыми связана не только экономия языковых средств, но и времени.

Изофункциональные языковые средства, выражающие, в известной степени, общее или близкое содержание, могут различаться оттенками значения (созначениями), например, эмоционально-оценочными коннотациями, лаконичностью или полнотой изложения и т.д. В результате возникает ряд весьма близких, находящихся между собой в отношениях частичного варьирования наборов реализаций. Границы вариативности могут быть в данном случае размыты. Так, например, общим языковым признаком, способствующим достижению краткости изложения как в информирующих, так и социально-регулирующих МФТ служит широкое использование приема номинализации. Это позволяет рассматривать номинализованные конструкции в качестве доминанты вариантного ряда, представленного также цельными предложениями, либо инфинитивными оборотами.

Проведенное исследование показало, что не только между информирующими и социально-регулирующими МФТ, но и внутри этих групп текстов существуют относительно устойчивые различия в преимущественном использовании языковых средств и экстралингвистических явлений; кроме того, на текстовом уровне представлена вариативность двух типов: “внешняя” и “внутренняя” КПВ.

Во-первых, вариативность, действующая в текстах, приводит к образованию разных видов (подвидов) текстов, которые используются в различных сферах коммуникации: официально-деловой, деловой, научной, научно-технической, публицистической, юридической, обиходно-бытовой и др. В данном случае представлен первый тип коммуникативно-прагматической вариативности – “внешняя” вариативность, благодаря которой создаются и разграничиваются разные виды (подвиды) текстов, являющиеся моделями речевого поведения [3; 4] коммуникантов в социуме.

“Внешняя” КПВ дифференцирует использование языковых и неязыковых средств в отдельных видах текстов и в ряде случаев обнаруживается не только между отдельными видами рассматриваемых нами МФТ, но и внутри некоторых из них. Так, например, широким диапазоном варьирования обладает вид МФТ “инструкция”, который реализуется посредством таких подвидов, как инструкция по эксплуатации бытовых приборов, по применению лекарственных, косметических и моющих средств (ср. немецкие термины *Gebrauchsanweisung*, *-anleitung*, *Bedienungsanleitung* и *-information*). Значительный вариативный ряд присущ виду текста “деловое письмо”, ср.: письмо-запрос; письмо-предложение; письмо-заказ; письмо, сообщающее о торжественном открытии фирмы; письмо-объявление о продаже фирмы; письмо, содержащее предложение о сотрудничестве; письмо-требование; письмо-благодарность и т. д.

Обсуждаемые в работе объявления представлены такими подвидами, как указывающие (*Ein-gang. Zu den Zügen*), предупреждающие (1. *Vorsicht! Rutschgefahr*. 2. *Achtung. Anhänger schwenkt aus*), запрещающие (*Tiere nicht füttern*) и предписывающие (*Fussgänger andere Strassenseite benutzen. Hunde bitte an die Leine nehmen*). Некоторые объявления являются смешанными и содержат не только указание, но и запрет (ср.: 1. *Notbremse. Missbrauch verboten*; 2. *Privateigentum. Parken*), либо запрещение и предостережение (*Zutritt verboten – Hochspannung – Lebensgefahr!*). Рассматриваемые нами объявления, хотя и отнесены к текстам социальной регуляции, по существу занимают промежуточное положение. Так, в основе запрещающих и предписывающих объявлений лежат определенные нормативные документы, указывающие объявления связаны преимущественно с бытовым, а предупреждающие – с морально-этическим назначением.

МФТ обнаруживают определенные различия (точно так же, как и сходства) прежде всего в плане используемых в них внеязыковых, в том

числе иконических, средств. Известной стандартностью, т. е. незначительной вариативностью с точки зрения их архитектоники характеризуются деловые письма, законодательные положения и официальные автобиографии. Существенной вариативностью в этом плане отличаются рекламные тексты, а промежуточное положение занимают объявления, интервью, кулинарные рецепты, инструкции и прогнозы погоды.

Различия, наблюдаемые во внешней организации рассматриваемых МФТ, проявляются в особенностях использования в инструкциях, прогнозах погоды, кулинарных рецептах, рекламах, а также интервью изобразительных средств: схематичных рисунков с подписью, цветных фотографий, географических карт, таблиц, схем и т. д. Названные иконические средства органически связаны с вербальной частью текста, поскольку содержат, как правило, существенную часть информации и служат опорой для понимания МФТ в целом. Вместе с тем абсолютно недопустимо их применение в законах, официальных автобиографиях и большинстве деловых писем; в прогнозах погоды наличие невербальной части с использованием географической карты и общепринятых в метеорологии значков факультативно. При этом тексты инструкций к бытовым приборам отличаются от всех рассматриваемых нами МФТ употреблением непосредственно в высказываниях специфических графических средств, а именно значков типа \*, =, -, ●, #, ср.: *Den Schalter in Position \*drehen* (Backofen + Grill. Ga).

Имеющиеся относительно устойчивые различия в использовании языковых средств внутри МФТ социальной регуляции проявляются, в частности, в том, что краткость изложения, связанная с малоформатностью текстов и текстовых фрагментов, с грамматической точки зрения достигается в официальных автобиографиях, деловых письмах и указывающих объявлениях при преимущественном использовании приема сегментации, парентезных конструкций в деловых автобиографиях, причастия второго в определительной функции в законодательных положениях, деловых письмах и официальных автобиографиях, реже – при употреблении распространенных групп существительных, инфинитивных групп и оборотов (ср. деловые письма и законодательные положения).

Второй тип коммуникативно-прагматической вариативности можно считать “внутренней” вариативностью, поскольку она действует в самих текстах. На основе внутренней вариативности достигается известное многообра-

зие изложения информации в каждом отдельном МФТ.

В целом исследование вариантов с точки зрения их отбора и распределения по разным видам информирующих МФТ свидетельствует о том, что ведущими языковыми признаками коммуникативно-прагматической нормы грамматического порядка, определяющими особенности прогнозов погоды, являются простые повествовательные предложения, эллипсисы, презенс актив. В число обязательных признаков входят также прилагательные, географические названия, а в качестве иллюстрации используются метеорологические карты и таблицы. К факультативным языковым признакам, создающим варьирование коммуникативно-прагматической нормы этого МФТ, относятся СПП, бессоюзные ССП, сегментация, пассивные конструкции, термины; факультативными экстралингвистическими признаками в одних региональных газетах являются советы садоводам, а в других – глоссарий, содержащий толкование метеорологических терминов.

Основными грамматическими маркерами (2) рекламных текстов являются простые повествовательные предложения, восклицательные и вопросительные предложения, присоединительные конструкции с союзами *und*, *aber*, парцелляция, инверсия, презенс, инфинитив, сравнительная степень имен прилагательных, личные, притяжательные и указательные местоимения. С лексической точки зрения характерны производные с префиксами интенсивности, иностранные заимствования, а также термины. Во внеязыковом плане типичны цветные фотографии, четырехчастная композиция, электронный адрес. В число факультативных языковых признаков, создающих в этом МФТ варьирование, входят побудительные предложения, риторические вопросы, сложные предложения, эллипсисы, сегментация, превосходная степень имен прилагательных, причастие второе в определительной функции, пассив, конструкции с глаголом *lassen*, *sein+zu +Inf.*, сослагательное наклонение; с экстралингвистической точки зрения вариативность создается трех- и двухчастной композицией, расположением текста, различными шрифтами, цветом.

Совокупность обязательных языковых признаков кулинарных рецептов представлена безличными простыми повествовательными предложениями, бессоюзными ССП, инфинитивами и причастиями в определительной функции. Из паралингвистических средств наиболее характерны цветные фотографии, а также всегда представлен предтекст. В число второстепенных

языковых признаков входят побудительные и восклицательные предложения, ССП и СПП, парентезные конструкции, конструкция *sein + zu + Inf.*, императивный презенс, пассивные конструкции и конструкции с глаголом *lassen*.

Обязательными языковыми признаками инструкций являются простые повествовательные предложения, инфинитивы, императивный презенс, персонификация, терминологическая лексика и лексические сращения, а к ведущим экстралингвистическим средствам относятся схематичные рисунки и таблицы. В языковом плане варьирование создается здесь при использовании СПП, в том числе и бессоюзных, с помощью повелительной формы глаголов, пассива с модальными глаголами, конструкции с глаголом *lassen* и конструкции *sein+zu +Inf.*, сослагательного наклонения, причастия второго в определительной функции, личных, притяжательных и указательных местоимений и, отчасти, зависит от подвида инструкции. Так, в инструкциях к лекарственным препаратам, помимо преобладающих повествовательных предложений, языковыми признаками нормы являются вопросительные и восклицательные предложения, а во всех других подвидах, как правило, только восклицательные предложения. С точки зрения средств паралингвистики внешняя вариативность создается при использовании непосредственно в высказываниях к инструкциям по эксплуатации бытовых приборов специфических значков (ср. \*, =, -, •, #).

К обязательным грамматическим признакам интервью относятся простые повествовательные и вопросительные предложения, инверсия, эллипсис, обращения, презенс и перфект; с лексической точки зрения – разговорная лексика, производные с префиксами интенсивности, лексические сращения и сложные слова, терминологическая лексика и географические реалии; в число внеязыковых средств входят цветные фотографии. Варьирование – с учетом языкового уровня – может создаваться восклицательными предложениями, риторическими вопросами, ССП и СПП, апозиопезисом, парцелляцией, причастием в определительной функции, претеритумом, а также сослагательным наклонением.

Основными языковыми маркерами социально регулирующих деловых писем являются простые распространенные предложения, распространенные группы существительных, актив, аналитические конструкции типа *den Erhalt bestätigen*, прямой порядок слов, обращения и терминологическая лексика; факультативно использование сложных предложений, паратактико-гипотактических комплексов, вопросительных предложений (пись-

ма-запросы и письма-предложения), причастий в определительной функции, императивного презенса и пассива. В экстралингвистическом плане организация этого вида МФТ (за исключением писем-предложений о сотрудничестве, которые могут содержать фотографии или рисунки образцов товаров) остается, как правило, неизменной, поскольку здесь типично употребление бланков с соответствующими реквизитами.

К обязательным языковым признакам официальных автобиографий относятся назывные повествовательные предложения и парентезы; абсолютно ведущими экстралингвистическими признаками являются таблицы и цифровое обозначение дат (только год). Языковое варьирование достигается при использовании приема сегментации, причастия второго в определительной функции, а в экстралингвистическом плане организация этого вида МФТ остается неизменной.

В объявлениях преобладают эллипсисы, повествовательные предложения, инфинитив (в запрещающих объявлениях), императивный презенс (в предписывающих объявлениях), пассив (в предупреждающих объявлениях), в отношениях вариативности с которыми – в зависимости от подвида – находятся восклицательные и побудительные предложения, повелительная форма глаголов и сегментация. К ведущим внеязыковым признакам относятся шрифт, цвет, а к факультативным – схематичные рисунки.

Ведущими языковыми признаками законодательных положений являются простые повествовательные предложения, распространенные определения, причастия в определительной функции, инфинитивные группы, презенс, юридические термины, сложные слова, в том числе с полусуффиксами *-mässig*, *-gemäss*, *-recht*. К факультативным признакам с грамматической точки зрения относятся паратактико-гипотактические комплексы, гипотаксис и презенс пассив с модальными глаголами. Варьирование нормы этого вида текста в плане его экстралингвистической организации не наблюдается: абсолютно ведущим внеязыковым признаком здесь является параграфирование.

Таким образом, коммуникативно-прагматическая вариативность представляет собой весьма разнородную категорию, проявляющуюся в двух планах: во внутреннем варьировании языковых признаков в рамках одного вида (подвида) текста (внутренняя КВП) и во внешнем текстовом варьировании, непосредственно создающем разные виды и подвиды текстов (внешняя КВП). Поэтому необходимо различать распределение отдельных вариантов по разным видам текстов (и в этом слу-

чае они выступают как дифференцирующие признаки, которые можно лишь виртуально представить себе в одном вариантном языковом ряду) и группы вариантных средств, которые реально используются в одном и том же виде текста или подвиде (ср. разные способы выражения побуждения, встречающиеся в одном тексте).

При этом значительно расширяется традиционное понятие варьирования, т.к. оно относится не только к самому варьирующему языковому материалу, но к вариантам текстов, опирающихся на этот материал (ср. различные подвиды объявлений, инструкций и деловых писем). Поэтому на основе категории КПВ можно не только охарактеризовать отдельные виды и подвиды МФТ с точки зрения использования в них языковых и неязыковых средств, но и разграничить их.

Рецензент – В.Б. Кашкин

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бабенко Н.С. История языка и модели её описания//Теория, история, типология языков: Мат-лы чтений памяти В.Н. Ярцевой. Вып.1. – М.: Ин-т языкозн., 2003. – С. 87-92.
2. Семенюк Н.Н. Очерки по исторической стилистике немецкого языка/Н.Н. Семенюк. – М.: Ин-тут языкознания РАН, ИИЯ, 2000. – 183 с.
3. Duden. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache//Hrsg. vom Wissenschaftlichen Rat der Dudenredaktion/Bearb. von P. Eisenberg. 6., neu bearb. Aufl. Bd.4. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1998. – 912 s.
4. Fix U. Textsorte – Textmuster – Textmischung. Konzept und Analysebeispiele//Cahier des etudes Germaniques 37. – 1997. – Н. 2. – S. 11-25.