

DOI 10.23859/1994-0637-2018-1-82-12
УДК 811.111:81'42=111

© Рыжикова М.Д., 2018

Рыжикова Марина Дмитриевна

Кандидат филологических наук, доцент,
Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского
(Симферополь, Россия)
E-mail: marinaryzhikova@yandex.ru

Ryzhikova Marina Dmitrievna

PhD in Philology Sciences,
Associate Professor
V. I. Vernadskiy Crimean Federal University
(Simferopol, Russia)
E-mail: marinaryzhikova@yandex.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ЛАУДАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ВИРТУАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

LINGUISTIC MEANS OF REALISATION OF LAUDATIVE STRATEGY IN ENGLISH VIRTUAL DISCOURSE

Аннотация. В статье рассматриваются лингвистические способы выражения лаудации в виртуальном дискурсе на материале персонального объявления на сайте знакомств. В качестве средства аргументации в исследуемом жанре описывается лаудативная стратегия, которая реализуется лексическими, морфологическими, синтаксическими, графическими и риторическими приемами для придания убедительности посредством образности.

Abstract. Personal advertisements at dating sites are presented as a genre of virtual discourse. This type of communication is characterized by laudative expressions which are viewed as a way of argumentation in order to achieve one of the communicative goals. The laudative strategy reveals through lexical, morphological, graphic and rhetoric means which are used to enhance expressiveness and contribute to positive estimation via emphatic and imaginary techniques.

Ключевые слова: лаудация, стратегия, виртуальный дискурс, лингвистические средства, персональное объявление на сайте знакомств

Keywords: laudation, strategy, virtual discourse, linguistic means, personal advertisement at a dating site

Введение

Актуальность современных исследований речевой деятельности обусловлена разнообразием «особенностей ее использования в разных ситуациях общения, разных социальных группах и культурах» [10, с. 8]. Перефразируя определение Г.Г. Почепцова [8, с. 14], дискурс в данном случае понимается как единство вербального и невербального и может характеризоваться, вслед за Л.С. Павлюк, «персуазивной природой» [6, с. 121], а изучение его функциональных типичных черт предполагает анализ как средств, так и самого процесса убеждения [7, с. 122]. В представленной работе одним из таких способов аргументации представляется лаудация (похвала), которая выделяется как отдельная коммуникативная стратегия О.С. Иссерс [4, с. 117].

Виртуальный дискурс классифицируется как самостоятельный вид коммуникации согласно критерию сферы употребления, предложенному А.Д. Беловой [2]. Несмотря на ряд филологических разработок в исследуемой проблемной области (работы О.В. Лутовиновой, Д.В. Иванова, Л.Ю. Щипицыной, А.А. Заморкина, Е.И. Горошко, Е.А. Жигалиной, Л.А. Капанадзе, Л.Ф. Компанцевой и других, освещающие, в основном, общую характеристику и типологию жанров виртуального дискурса), на данный момент отсутствует лингвистический анализ похвалы в качестве коммуникативной стратегии в данной сфере общения.

Цель исследования заключается в определении языковых способов выражения лаудации в виртуальном дискурсе на примере английского языка. Материалом анализа послужили персональные объявления на американском сайте знакомств за период 2010–2017 гг., общим количеством 300 текстов, отобранных методом сплошной выборки. Поставленная цель достигается путем решения следующих задач:

- выявить похвальные высказывания в материале исследования;
- классифицировать выделенные приемы согласно языковым уровням.

Методика исследования основана на использовании метода прагматической интерпретации, анализа дискурса, а также социолингвистических методик.

Основная часть

Следуя дискурсивному подходу к классификации жанров виртуального дискурса, предложенному Л.Ю. Щипицыной [9], коммуникация в персональных объявлениях на сайте знакомств представляет собой типовую форму персональной речевой деятельности, опосредованной электронным каналом связи – сетью Интернет. Исследуемому жанру присущи черты виртуальности, описанные О.В. Лутовиновой [5]. Так, в процессе общения (до самого факта реального знакомства) участники могут принимать различные роли поведения; коммуниканты «погружаются» в некоторую интерактивную виртуальную реальность, в которой коммуникация может быть прекращена в любой момент по желанию пользователя. Таким образом, персональное объявление на сайте знакомств может рассматриваться как жанр виртуального дискурса.

Человек, регистрирующийся на сайте знакомств, может преследовать разные цели: от простого желания найти собеседника до изменения статуса семейного положения. Тем не менее, говорящий должен, прежде всего, заинтересовать потенциального собеседника своей личностью. Так, для реализации данной интенции, пользователь может не просто рассказывать о своих достоинствах (т.е. посредством информативной стратегии), он / она, вероятно, будет представлять себя в наилучшем свете. Другими словами, пользователь сайта знакомств стремится похвалить сам себя для того, чтобы привлечь собеседников. В настоящем исследовании релевантными являются именно объявления, в которых прослеживается указанная выше тенденция, а во внимание для дальнейшего анализа принимаются лаудативные высказывания.

В результате исследования было установлено, что коммуникативная стратегия похвалы реализуется с помощью лексических, морфологических, синтаксических, риторических и графических средств. Классификация таких приемов осуществлялась на основе типологий, которые предложили Л.И. Мацько (риторические тропы и фигуры) [6, с. 139–140], И.Р. Гальперин [3] и И.В. Арнольд [1].

Среди лексических лаудативных способов отмечены следующие:

1) имена существительные (*gentleman, star, addict, lover of life, passion, attraction; thinker, planner, believer, good-listener*), например (прим.: орфография – автора объявления): "*What is it with 24? i'm such an **addict** – always off on monday night!*". Из приведенных примеров следует, что популярностью на исследуемом сайте знакомств пользуются такие участники, которые наслаждаются жизнью, с увлеченностью относятся к тому, чем занимаются, при этом не являются легкомысленными;

2) имена прилагательные, усиленные интенсифицирующими наречиями типа *very, especially, really, pretty, most, too, charmingly* и т.п., преувеличивающие положительные качества говорящего, например: "*wildly enthusiastic, fairly eclectic, very honest, incredibly fortunate, extremely royal, a little shy, easily pleased*" / "*I still get **wildly enthusiastic** about little things...I play with leaves. I skip down the street and run against the wind*";

3) экспрессивные глаголы *to enjoy, to love, to adore*, указывающие на предпочтение, например: "*I adore shopping, but then what woman doesn't?*".

Морфологические средства, используемые для выражения лаудации в персональных объявлениях на сайте знакомств, включают использование таких приемов:

1) превосходная степень сравнения имен прилагательных, например: "*I think the most important qualities that a man could give me is respect, honesty and loyalty*";

2) настоящее и будущее неопределенное время глаголов – The Present and Future Simple Tenses, например: "*There's nothing I won't do... I think I have a lot to offer and don't ask much in return*". Вероятно такие способы подчеркивают постоянность говорящего с одной стороны и следование обещаниям – с другой;

3) эмфатические конструкции, усиливающие аргументацию, например: "*I do work and I earn decent money...I do indeed enjoy exciting evenings...*".

Синтаксический уровень представлен как простыми распространенными предложениями (например: "*I'm really ardent about Nature and The Animal Kingdom and am a huge advocate of animal rights*"), так и сложными, как правило с инфинитивными оборотами (например: "*I treat people in a way I would like to be treated myself and most around me would say they know exactly where they stand with me*", "*I tend to be quite independant, but thats not to say, i would not accept help if needed*"). Кроме того, к синтаксическим особенностям следует также отнести наличие эллиптических предложений, свидетельствующих, вероятно, о скромности говорящего, например: "*Romantic. Fun, energetic and playful. Gentleman*".

Риторические тропы и фигуры таковы:

1) эпитет, непосредственно характеризующий коммуниканта, например: "*Violent, untrustworthy, difficult individual seeks pleasant lady combining style and own teeth*" (в данном приеме очевидна ирония), "*I am a really easy going person but being honest I can also be difficult sometimes*";

2) ирония, например: "*I ... keep myself fit (mostly, apart from beer)*", "*I'm quite an independent person and try to do most things for myself – unless there is a spider. Then I'm in a real trouble*". Следует отметить, что чувство юмора является неотъемлемой чертой американцев, в связи с чем ее наличие в характере адресанта (о чем свидетельствует данный пример) также рассматривается как положительная оценка;

3) преувеличение, например: "*I can't live without music*";

4) метафора, позволяющая точнее описать себя и свои предпочтения, например: "*I believe laughter is the best medicine and I am always looking for an overdose... Music runs through my veins... I am a big lump of a lad*";

5) литота, например: "*I'm a bit of romantic*". В данном случае автор, возможно, не уверен, является ли качество романтичности положительной чертой, но считает необходимым ее упомянуть;

6) противопоставление, например: "*I can be impractical and impulsive, but I am imaginative and dynamic*". Этот прием «компенсирует» некоторые недостатки говорящего: ведь человек не может быть идеален; тем не менее негативные черты преподносятся в оппозиции с такими качествами, которые приведут к формированию положительного образа;

7) анафора, например: "*I'm not into the whole chocolates & flower thing, or shopping. I'm not a girlie girl..., I am a bright, bubbly person... I am very social... I am an outgoing person...*". Данный прием представляется наиболее эффективным средством аргументации, поскольку повторение обязательно привлечет внимание адресата;

8) сравнение, которое служит более точной характеристике, например: "*I still feel as though I am 25 even though my passport says different*";

9) метонимия, например: "*I am a wise passionate **soul** with a positive focus and drive*".

Помимо лингвистических способов в ходе анализа было выявлено, что лаудативная стратегия реализуется также и графическими средствами, а именно: капитализацией (например: "*Loving, caring, **Honest, sincere and open-minded Man. The Coolest Physics Teacher in an inner city school***") и восклицательными предложениями (например: "*I'm a rock star!... Easy-going-fun-smiling-like to laugh!*"), непосредственно привлекающими внимание к восхваляемым чертам.

Кроме того, данное исследование показало, что говорящий в виртуальной коммуникации может использовать цитату известной личности для того, чтобы выразить похвалу себе, например: "*I'm selfish, impatient and a little insecure. I make mistakes, I am out of control and at times hard to handle. But if you can't handle me at my worst, then you sure as hell don't deserve me at my best*" (*Marilyn Monroe*). Вероятно, этот прием служит апелляцией к известной личности, пользующейся авторитетом.

Выводы

Виртуальная коммуникация (в частности, жанр персональных объявлений на сайте знакомств) характеризуется большим количеством лаудативных высказываний. Полученные результаты свидетельствуют о разнообразии языковых средств, которые служат выражению таких похвальных речевых актов. Лексические способы придают речи экспрессивность и эвалюативность. Морфологические приемы способствуют положительной оценке. Графические средства, синтаксические конструкции и риторические тропы и фигуры становятся эмфатическими и образными аргументативными техниками. Направлением дальнейших исследований может быть социолингвистический анализ выявленных лингвистических особенностей.

Литература

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М.: Высшая школа, 1986. 464 с.
2. Белова А.Д. Поняття "стиль", "жанр", "дискурс", "текст" у сучасній лінгвістиці // Вісник. Іноземна філологія. Вип. 32–33. 2002. С. 11–14.
3. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958. 462 с.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. 288 с.
5. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: ВГПУ, 2009. 477 с.
6. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика. Київ: Вища шк., 2006. 311 с.
7. Павлюк Л.С. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація. Львів: ПАІС, 2007. 168 с.
8. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл – бук, Киев: Ваклер. 2006. 656 с.
9. Щепицына Л.Ю. Стилистико-языковой и жанровый подходы к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. №5. С. 155–161.
10. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навчальний посібник. К.: Академія, 2010. 312 с.

References

1. Arnold I.V. *Leksikologija sovremennogo angliiskogo iazyka* [Lexicology of modern English]. Moscow, 1986. 464 p.
2. Belova A.D. Poniattia "stil", "zhanr", "diskurs", "tekst" y sychasnij lingvistyci [Notions of "style", "genre", "discourse", "text" in modern linguistics]. *Visnyk Inozemna mova* [Foreign language Bulletin], 2002, no. 32–33, pp. 11–14.

3. Galperin I.R. *Ocherki po stiistike angliiskogo iazyka* [Drafts of the English stylistics]. Moscow, 1958. 462 p.
4. Issers O.S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of the Russian speech]. Moscow, 2008. 288 p.
5. Lutovinova O.V. *Lingvokulturnie kharakteristiki virtualnogo diskursa* [Linguacutural characteristics of virtual discourse]. Volgograd, 2009. 477 p.
6. Matsko L.I. *Rytorika* [Rhetorics]. Kiev, 2006. 311 p.
7. Pavluk L.S. *Rytorika, ideologiya, pershuazyvna komunikaciia* [Rhetorics, ideology, persuasive communication]. Lvov, 2007. 168 p.
8. Pocheptsov G.G. *Teoriia kommunikatsii* [Theory of communication]. Moscow, 2006. 656 p.
9. Schypitsina L.Iu. Stilistiko-iazykovoi I zhanroviiy podkhody k izucheniu komputerno-oposredovannoi kommunikatsii [Stylistic, language and genre approaches to study of computer based communication]. *Visnyk Cheliabinskogo Gosudarstvennogo Univeristeta* [Chelyabinsk State University Bulletin], 2009, no. 5, pp. 155–161.
10. Iashenkova O.V. *Osnovy teorii movnoi komunikatsii* [Basics of theory of language communication]. Kiev, 2010. 312 p.

Рыжикова М.Д. Лингвистические средства реализации лаудативной стратегии в англоязычном виртуальном дискурсе // Вестник Череповецкого государственного университета. 2018. №1 (82). С. 85–89.

For citation: Ryzhikova M.D. Linguistic means of realisation of laudative strategy in English virtual discourse. *Bulletin of the Cherepovets State University*, 2018, no. 1 (82), pp. 85–89.