

ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ

Жанры речи. 2022. Т. 17, № 2 (34). С. 88–98
Speech Genres, 2022, vol. 17, no. 2 (34), pp. 88–98
<https://zhanry-rechi.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-2-34-88-98>

Научная статья
УДК 81'27'42

Об универсальных антропоцентрических характеристиках речевых жанров коммуникации**В. В. Прозоров**

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Прозоров Валерий Владимирович, доктор филологических наук, профессор, научный руководитель Института филологии и журналистики, заведующий кафедрой общего литературоведения и журналистики, prozorov@info.sgu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6386-0759>

Аннотация. Настоящая статья продолжает работу, опубликованную в № 3 «Жанры речи» за 2020 г. Надёжность и состоятельность коммуникации в широком диапазоне РЖ различается с точки зрения основных качественных характеристик самого процесса общения и его итоговой результативности. Основная задача – уточнить и усилить доказательную базу предположений, связанных с типовыми структурными особенностями, присущими разным речевым жанрам в свете их надёжности и состоятельности. Раскрывается содержательный смысловой объём универсальных антропоцентрических факторов внимания, соучастия и открытия в текстовых и когнитивных механизмах РЖ. Трёхуровневое восприятие речевого сценария, в силу относительно размытой границы между отмеченными параметрами, трудно поддается отчетливому сегментированию. По необходимости мы сосредоточиваемся на доминантном воплощении обозначенных стадий коммуникативной динамики. Многочисленные опыты наблюдений над структурой РЖ в их живой конкретной реализации позволяют заключить, что доля по-настоящему безупречных примеров надёжности и состоятельности повседневного речевого общения не слишком велика в сравнении с отточенным воссозданием РЖ в словесно-художественных текстах. Малая или заметно ослабленная эффективность общения особенно явно обнаруживается при заниженном, снисходительном, искаженном представлении инициатора общения о своем адресате, о предполагаемой аудитории.

Ключевые слова: речевые жанры, надёжность и состоятельность коммуникации, коммуникативное событие, антропоцентрические параметры речевого общения, внимание, соучастие, открытие, адресат в речевом жанре

Для цитирования: Прозоров В. В. Об универсальных антропоцентрических характеристиках речевых жанров коммуникации // *Жанры речи*. 2022. Т. 17, № 2 (34). С. 88–98. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-2-34-88-98>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

On universal anthropological characteristics of speech genre communication**V. V. Prozorov**

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Valery V. Prozorov, prozorov@info.sgu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6386-0759>

Abstract. The article continues the research published in “Speech Genres”, 2020, no. 3. The reliability and consistency of communication in a wide range of speech genres differ in terms of basic quality characteristics of the communication process itself and its final outcome. The main objective of the article is to specify and to

reinforce the evidence base of our assumptions connected with the typical structural aspects of different speech genre formations in view of their reliability and consistency. The author attempts to reveal the conceptual and notional capacity of universal anthropological factors of attention, involvement and discovery in textual and cognitive mechanisms of speech genres. The three-level reception of the speech genre script due to the blurred lines between the mentioned parameters is not easy to segment. If and when necessary, we focus on the dominant manifestation of the marked above stages of the communication evolution.

Our extensive investigation of speech genres' structure in their natural specific realization allows us to conclude that the proportion of really impeccable examples of reliability and consistency in everyday communication is not large in comparison with the neat reproduction of speech genres in fiction. Low or notably weakened efficiency of communication is especially clearly revealed when the initiator of communication's conception of their addressee or the supposed audience is understated, condescending or warped.

Keywords: speech genres, reliability and consistency of communication, communicative event, anthropological parameters of speech genre communication, attention, involvement, discovery, addressee in speech genres

For citation: Prozorov V. V. On universal anthropological characteristics of speech genre communication. *Speech Genres*, 2022, vol. 17, no. 2 (34), pp. 88–98 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-2-34-88-98>

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Настоящая статья является продолжением моей работы, опубликованной в № 3 журнала «Жанры речи» за 2020 г. [1: 195–204]. Надёжность и состоятельность коммуникации в широком диапазоне РЖ различаются с точки зрения основных качественных характеристик самого процесса общения и его итоговой результативности. Надёжность и состоятельность коммуникации – убеждающая участников общения целенаправленная полнота и эффективность конкретной речевой осуществлённости.

Степень надёжности имеет в виду относительно последовательное, шаг за шагом, поворот за поворотом осуществление желанных для субъектов речи коммуникативных микроцелей в пределах данного жанра в его интерактивной готовности и устремленности. **Показатель состоятельности** обращает внимание на эффективность (а подчас и эффективность), действенность, результативность, точность заключительных, финальных аккордов данного речевого события в его конкретно ситуативном проявлении и в последующем переживании-осмыслении случившегося уже акта общения как целого (удалось/частично удалось/не удалось).

Мне доводилось писать о том, как в неоднократных беседах со мной по поводу интерактивных возможностей поэтических текстов и РЖ в целом профессор Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина (Москва) Н. И. Формановская часто прибегала к таким понятиям, как «коммуникативная результативность», «всегда желанная, но далеко не часто достигаемая коммуникативная надёжность и состоятельность». «Степень надёжности, – говорила Наталья Ивановна, – определяется доверительная устойчивость процесса коммуникации; состо-

тельность означает безусловный коммуникативный успех; в совокупности надёжность и состоятельность характеризуют коммуникативный акт как целое». В подобном терминологически корректном ключе мы и используем эти понятия. Н. И. Формановской обязан я и самой идеей распространения на бесконечную сферу РЖ моих давних наблюдений, касающихся внутренней направленности словесно-художественных текстов на вероятного читателя-адресата [см.: 2: 27–36].

Ненадежность (слабая надёжность) и несостоятельность (неполная состоятельность) общения – одна из вечно актуальных, крайне негативно ощущаемых индивидуально- и социально-психологических проблем обширного и разномасштабного коммуникативного проявления. Проблема эта относится к обширным сферам культуры общения, искусства выстраивания диалога, речевого этикета, наконец. Культура речевого поведения – дело во многом наживное. Важно разобраться в её природе. Ролан Барт писал: «Мы хорошо знаем, что язык не сводится к одной лишь коммуникации, что в речи занят и через нее осуществляется человеческий субъект во всей его полноте» [3: 533–534]. В монографическом исследовании, посвященном коммуникативным ценностям русской культуры, В. В. Дементьев пронизательно отмечает: «Привнесение в коммуникацию идеи социального института меняет важнейшие формальные и содержательные измерения коммуникации: в данном случае адресант говорит не только от своего имени, но и от имени института, ему доверяет отстаивать свои интересы и решать свои проблемы; кроме того, и адресату навязываются правила и в каком-то смысле интересы этого института в качестве вполне актуального собеседника» [4: 270–271]. Неустрашимое жи-

вое дыхание многих социо- и этно-культурных факторов на коммуникативные практики – реальность исследуемой материи, но в данном случае наши акценты преимущественно переносятся на типологические характеристики речевых жанров природы в их весьма условной обособленности.

Наша задача – заметное уточнение и усиление доказательной базы предположений, связанных с типовыми содержательно-структурными особенностями, присущими самым разным речевыми образованиями с точки зрения их надежности и состоятельности.

Известно, что инициатор всякого высказывания «ищет и превосхищает» то, что называется «ответным пониманием» адресата [5: 209]. В живом проявлении, во внутренней организации РЖ с разной степенью отчетливости дает о себе знать (до поры – до времени не осознанная или с самого же начала внятно осознаваемая) определенная мотивация и некое целеполагание. Под мотивацией мы понимаем изначальную, обусловленную известными интересами, внутреннюю расположенность и устремленность участников общения к осуществлению некоторого действия (речевого акта). Мотивация (чаще всего интуитивно) освещает собой все пространство речевых жанров коммуникативной динамики. Целеполагание в процессе реализации РЖ – постепенное (неспешное, размеренное, скорое, мгновенное) сближение адресанта и адресата в постановке и корректировке микроцелей и макроцели общения, в решении разномасштабных коммуникативных задач.

Под типовыми структурными особенностями мы уговариваемся различать обнаруживаемые при достаточно пристальном наблюдении универсальные антропоцентрические уровни (стадии, факторы) **внимания, соучастия и открытости** в текстовых и когнитивных механизмах РЖ. Эти уровни как раз и переносятся нами с обширного поля вторичных (словесно-художественных) жанров на бесконечное пространство жанров речевых с их «трудно контролируемым разнообразием» [6: 206].

РЖ при всем многообразии их проявлений и при всей очевидной нечеткости и зыбкости внутренних границ относительно корректно и внятно структурированы и имеют «единую плоскость анализа высказываний», отчетливо разнящихся по степени сложности [7: 109]. Они отмечены, как правило, известной протяженностью и имеют в своем составе, во-первых, момент вступления, мотивирующий адресата к ответной, более или менее адекватной фокусировке **внимания**, во-вторых, пространство заметного, ощутимого развития предложенной темы с точки зрения её це-

леполагания, проявления разной интенсивности **соучастия**, инициированного адресантом и по возможности по-разному поддерживаемого и развиваемого адресатом, и наконец, фазу необходимого завершения, а если завершение бесспорно удаётся, то и некоего откровения – **открытия**, в нем затаённого.

Разумеется, трехуровневое восприятие речевого сценария, в силу относительно размытой границы между отмеченными уровнями, трудно поддается отчетливому сегментированию. Тем не менее, речь может идти о реальном доминантном воплощении обозначенных стадий коммуникативной динамики.

Внимание в речевом контексте – это избирательная направленность и сосредоточенность восприятия адресата на инициируемый адресантом предмет (тему) речи. Управление вниманием участников коммуникации изначально осуществляется благодаря более или менее устойчивой активности соответствующих раздражителей – прежде всего невербальных и вербальных сигналов, исходящих от инициатора общения и побуждающих к уместной, ожидаемой ответной реакции [8: 6–50]. Активную роль здесь в официальных и повседневно-бытовых ситуациях «для установления контакта в избранной тональности» [1: 46] играют, в частности, *обращения* в широчайшем спектре их оформлений [см.: 9: 78–98; 10: 115–155].

Сфера внимания возбуждает, как говорят психологи, временный или ситуационный интерес, возникающий в процессе общения и угасающий с его окончанием. Факторы, способствующие в композиции и текстуре РЖ сосредоточению и устойчивости направленного внимания (при всех его естественных колебаниях), разнообразны. Характеризуются они прежде всего:

интенсивностью проявления невербальных и вербальных раздражителей, настойчивостью побуждений-приглашений к какому-либо действию или переживанию (выражением лица, жестикуляцией, прикосновениями, голосовыми модуляциями, необходимым словесно-звуковым сопровождением и др.) [см.: 11: 36–38];

степенью внезапности и необычности невербальных и вербальных раздражителей: неожиданностью для адресата некоей непредвидимой и хмуро, холодно, враждебно воспринимаемой инициации («Этого только мне не хватало!», «Да что за безобразие!», «Ну куда это годится!», «Мне не до вас!») или, напротив, привычным, но особо желанным и тайне прогнозируемым побуждением («Конечно, конечно!», «Отлично!», «Я так этого ждал!», «Я того же мнения»);

определенной функционально-структурной организацией самих раздражителей, отмеченной совпадением (соприкосновением, сближением, слиянием) потребностей и интересов инициатора РЖ и конкретно избранного (встреченного) им или вероятного, воображаемого адресата, выбором цепляющих внимание собеседника выразительных, подходящих к ситуации слов и словосочетаний. В повествовательном (письменном и разговорном) тексте можно выделить целый ряд такого рода слов и словосочетаний – сигналов к сосредоточению внимания: «ты не поверишь»; «однажды»; «вдруг»; «внезапно», «совершенно неожиданно»; «но тут как раз»; «и вот»; «но не тут-то было»; «только я (подумал, взглянул, рассмотрел, отошёл), как»; «и тут как снег на голову»; «и тут меня осенило» и т. п.

Параметры внимания, характеризующие функционирование разных РЖ, основательно прописаны в нашей обыденной речи. Вспомним только словосочетания со словом «внимание» (варианты с глаголами): переключить внимание, собрать внимание, сосредоточить внимание, сконцентрировать внимание, притягивать внимание, задержать внимание, занять внимание, контролировать внимание, обострить внимание и т. д.

Отчётливо обнаруживаемые симптомы внимания подвигают к начальной фазе успешной реализации процесса общения. Однако внимание сопутствует всему ходу данного речежанрового события, контролируя его и обеспечивая тем самым надёжность функционирования всей коммуникативной проводки. Но без своевременного и совершенно необходимого перехода к следующей стадии сам процесс может вскоре застопориться, оборваться, оказаться безуспешным. Собеседнику (адресату) предложенное участие в общении может показаться ненужным, нежелательным, неуместным, неинтересным, не задевающим его за живое, скучным и даже вредным, наконец.

Коммуникативная удача способна осуществиться лишь при наличии следующего (не по счету, а по самому факту его проявления), чрезвычайно важного уровня общения. Условное имя этого уровня – **соучастие**. Как полагал М. М. Бахтин, инициатор общения «ждет не пассивного понимания, так сказать, только дублирующего его мысль в чужой голове, но ответа, согласия, сочувствия, возращения, исполнения и т. д.» [5: 104].

Очевидно, что при употреблении понятия «соучастие» в нашем психолого-филологическом контексте мы уходим от навязчивых уголовно-правовых смысловых обертонов. Соучастие в нашем понимании ближе, наверное,

по своему объёму к ставшему в последнее время модным понятию «эмпатия», т. е. осознанному сопереживанию эмоционального состояния другого, вчувствованию, сочувствию, готовности к пониманию, известному совпадению мнений и оценок. В повседневной речевой практике соучастие может поддерживаться, в частности, щедрым употреблением *сравнений*, способных расположить к себе собеседника или (в зависимости от цели общения) раздражить его: *ты выглядишь сегодня, как солнышко лесное; как лебедушка; как лучик света; как птица вполночная; как ворона каркающая, как вепрь; не раскисай, как тряпка, как печенье в молоке; не дрожи, как кролик; ты сейчас словно белены объелся; не лезь на стенку; не беснуйся, как тигр в клетке...* В реальной практике речевого взаимодействия огромную роль играют компоненты фатического сопровождения.

Речежанровая коммуникативная надёжность напрямую связана с такими составляющими соучастия, как *отношение, сопричастность и содействие*. Без содержательного подключения указанной понятийно-этикетной цепочки коммуникация может быть обречена на провал. Что имеется в виду под данной связкой?

Отношение предполагает более или менее прочный контакт, устанавливаемый в речевом акте, в диалоге инициатора и адресата речи. М. М. Бахтин выделял «отношения, которые существуют между репликами диалога, – отношения вопроса-ответа, утверждения-возражения, утверждения-согласия, предложения-принятия, приказания-исполнения и т. п.» [5: 106]. В процессе реализации РЖ складываются чувствительно выраженные регулятивные отношения значения и значимости. Отношение – некоторый род экспрессивно демонстрируемой, вербально и невербально подчеркиваемой изначальной связанности, зависимости друг от друга участников общения. Амплитуда характеристик отношений и намерений невероятно велика и разнообразна: «одной крови», «не разлей вода», «вместе одолеем», «друг без друга никуда», «одним миром мазаны», «в лепешку расшибусь», «попробую, постараюсь», «и не друг, и не враг», «будет с тебя», «как кошка с собакой», «в контрах», «разбежался я выполнять твоё желание», «все сделаю с точностью наоборот» и т. д.

Сопричастность – амбивалентное эмоционально-интеллектуальное ощущение ситуативно объединяющего/разделяющего, но всегда, пусть и по-разному, но заинтересованного схождения, часто разнонаправленной совместности/несовместности, известной родственности/чуждости мнений, взглядов, пози-

ций («свои» – «чужие»): «я с тобой согласен», «мы думаем одинаково», «ты у меня с языка это предположение снял», «да, ты, пожалуй, прав», «я думаю иначе», «ты заблуждаешься», «ты не прав», «не собираюсь с тобой спорить», «эк, куда тебя занесло!», «много чести спорить с тобой»...

Содействие – высший градус соучастия. Речь идет о нарастающей активности ответных реакций адресата. Имеются в виду сочувственное понимание и поддержка или, напротив, отчетливое глухое противостояние. Иными словами, содействие здесь – эмоционально-деятельностная обратная связь, перлокутивный эффект в пределах осуществляемого РЖ, в том числе выражаемый глагольными формами: «помочь», «спасти», «одобрить», «поддержать», «выручить», «поощрить», «угостить», «уговорить», «содействовать», «подыграть», «принять участие», «сориентировать»; «возразить», «оспорить», «озадачить», «осмеять», «остудить», «осудить», «возмутиться», «опровергнуть», «противиться», «сопротивляться», «противодействовать», «дать отпор» и т. д.

В целостной совокупности при всей отнесенности их разграничений симптомы отношения, сопричастности и содействия способны обеспечить успешную реализацию того, что мы называем соучастием в живой жизни РЖ. На пути к состоятельности речежанрового общения много когнитивных испытаний и искажений. Отмеченные и многие другие маркеры соучастия (отношения солидарности/отдаления, невольной приязни/неприязни, повышенной заинтересованности/демонстративной незаинтересованности в решении определенной проблемы, сопричастности к ней/отрешенности, готовности/неготовности к содействию и взаимной поддержке) особенно интенсивно и осознанно обнаруживают себя в современной вольной сетевой коммуникации с её скорыми на суд непосредственными мнениями и оценками.

Если параметры внимания, поддерживающие общение на всем его протяжении, предполагают включение субъектов речи в «правила игры» в рамках инициируемого РЖ, то параметры соучастия определяют весь дальнейший ход, все продвижение и надежное развитие коммуникации в пределах данного РЖ. Состоятельность речевого события во многом фиксируется его участниками в свете заключительных аккордов общения, с точки зрения содержащихся (или отсутствующих – частично или полностью) подытоживающих элементов удивления, внезапного озарения, расслабления, освобождения, заметного снижения градуса царившего напряжения, ины-

ми словами, **открытия**, объединяющего всех участников общения.

Финальное открытие РЖ может считаться состоявшимся, если случается искомый коммуникационный контакт, впрямую связанный, прежде всего, с надежным уровнем жанровой компетенции участников общения. Указанная триада обнаруживает себя в РЖ, преследующих разные коммуникативные цели: информативные, императивные, этикетные, оценочные [12: 91–92].

Сразу же сделаем необходимую оговорку. Речь идет прежде всего о таких типовых речежанровых сценариях, которые по самой своей природе имеют склонность к внутреннему развитию-движению, к разноскоростному нарастанию действия (от стремительного до очевидно замедленного и наоборот), к переходу от затаенного, приглушенного, относительно ровного, по видимости нейтрального речевого звучания-настроения к более громкой, резкой, внезапно полнозвучной реакции, к парадоксальной и многозначительной стадии самоосуществления.

Вот наугад взятые примеры из мира коротких анекдотических текстов: «Массовое ношение масок показало, что самое ценное у россиян – это подбородок»; «Дарвину верить нельзя! Никакого естественного отбора в эволюции нет, её метод – естественные отбросы»; «Быть порядочной в глазах подруг несложно. Куда сложнее убедить их не добавлять слово “сука”»; «Со Сталиным трудно спорить по вопросам теории: ты ему – сноску, он тебе – ссылку». В каждом из примеров есть рассчитанный на чуткое внимание слушателя зачин, есть вызывающее к соучастию лаконичное продолжение и развитие темы и есть комическая (горько-комическая) внезапность открытия, заключенного в концовке мини-сюжета.

Внезапность финала почти всегда – показатель удавшегося высказывания: «Хотел съесть лося, // Да не удалось» (про одного незадачливого политика, недавно пойманного на браконьерстве, что называется, с личным). Или вспомним постмодернистский рекламный текст, отмеченный печатью грустно-язвительного абсурда: «Я в весеннем лесу // Пил березовый Спрайт» (из романа Виктора Пелевина «Generation “P”»).

Отмеченная триада хорошо себя чувствует даже в давней предупредительной поговорке «Госпешись – людей насмешись». Первым словом фокусируется внимание: ну, поспешишь, помчишься куда-то сломя голову, и что из этого? Появляется собирательный образ «людей», всяких, разных, от нечего делать, по случаю, по делу все примечающих, наблюдающих за твоей спешкой и как бы

соучаствующих в твоих торопливых действиях. Но не тут-то было! И третьим словом набегают неловкое, не вполне приятное для тебя открытие, которое сулит поговорка: над твоими впопыхах действиями люди будут смеяться, ты для них явным посмешищем можешь стать.

Приведем образец совсем другой по тональности, более сложной цепи высказываний. Перед нами относительно самостоятельный фрагмент красноречивого примера, предложенного В. В. Дементьевым в разделе «Разговор по душам» коллективного издания «Антология речевых жанров» [13: 231–245]. В ставшем культовым криминальном фильме Алексея Балабанова «Брат-2» искренне, простодушно и откровенно общаются, расположившись в центре Чикаго, три героя: Даша (актриса Дарья Юргенс), Данила (актер Сергей Бодров) и Виктор (актер Виктор Сухоруков).

Данила. Поехали с нами домой. Там хорошо.

Даша. А что я там делать буду?

Данила. А здесь ты что делаешь?

Виктор. А мне здесь нравится. В Америке вся сила мира!

Данила. А в чем сила, брат?

Виктор. А вот в чем! В деньгах вся сила, брат! Деньги правят миром, и тот сильнее, у кого их больше.

Данила. Ну, хорошо, вот много у тебя денег, и что ты сделаешь?

Виктор. Куплю всех.

Данила. И меня?

(СМЕЮТСЯ)

Этот способный быть автономно воспринятым отрывок несуетного, памятного всем зрителям «разговора у костра» даёт отчетливое представление о факторе внимания, который концентрируется на начальной, как бы поворотной реплике Данилы: «Поехали с нами домой». Следует продолжение неторопливой беседы по душам (стадия соучастия). Продолжение реплики Данилы: «Там хорошо»; грустно-усталый, сокрушенный отклик Даши; сообщающая разговору новую энергию вроде бы пафосная, подзадоривающая реплика Виктора... Фрагмент заключается открытием и одновременно прояснением-подтверждением очевидного и несомненного – объединяющей собеседников, Данилу и Виктора, и подытоживающей этот эпизод их общения всепонимающей усмешкой...

Совсем другой пример – живая недоуменная реакция соцсетей на случившийся 4 октября 2021 г. крупный сбой в работе американской социальной сети Facebook и ряда дочерних программ (Facebook Messenger, Instagram, WhatsApp, Oculus) . Работа сервисов была прекращена более чем на 7 часов.

В сети мгновенно стали появляться десятки тысяч комментариев, которые можно отнести к жанровой группе «репортативов» [14: 50]. При всей их хаотичности, при всей нечеткой множественности, они могут быть прочитаны как целый текст – пространная цепь высказываний по одному и тому же ошеломившему пользователей сети поводу. Тексты эти тоже имеют очевидную склонность распределяться на три разряда.

Сперва в Telegram-каналах обнаруживает себя реакция растерянно извещающая и недоумевающая. Её цель – обратить всеобщее **внимание** на случившееся (здесь и далее сохранены правописание и стиль самых частотных по содержанию, подлинных текстов):

– Вдруг масштабный сбой по всему миру!

– Ау социальные сети не работают!

– Вотсап вообще не работает!

– А я то думала че не грузится

– А я то думала что за фигня. А оно вон что...

– Instagram и whats App подтверждаю подвисли

– Оказывается во всем мире

– И на Кавказе не работает ни-че-го

– В Казани тоже не работа... У всех все встало

– По всему миру это точно

– На Урале тоже не работает!

– И в Швеции не работает

– Я то думала у меня глючит телефон и интернет

– А я думал только айфоны с ума сошли

– Интересно надолго сбой

– Телеграмм вроде норм

Чуть позже начинает обнаруживать себя склонность к некоторой, по возможности взвешенной рассудительности (чтобы это могло быть и значить!?) и сочувственной солидарности – массовому **соучастию** в общей катастрофической неприятности:

– Наверно спутник накрунулся

– подвисли

– А кто знает из-за чего (((

– Проверку проводят 100 %

– Да уж, забавные истории происходят

– Это не просто

– Все...пора изучать азбуку Морзе

– Кто знает в чем прикол? Что-то новое готовят

– Всемирный заговор

– Апокалипсис

– Катастрофа

– Ждали но не так скоро

– успокоимся и будем наблюдать

– Да уж, забавные истории происходят.

– Вопрос, надолго ли?

– запасаемся терпением и спичками

И наконец, начинают появляться комментарии-открытия, язвительные, победительно-насмешливые, простодушно-ликующие, в основном по-разному позитивные, содержащие рецепты выхода из сложившейся ситуации, указывающие на преимущества новых состояний и ощущений:

– *Всем отличного вечера*
 – *Пусть рухнет этот вотсап навсегда и инста тоже!!!*
 – *Блогеры помрут без хлеба*
 – *Работать пойдут*
 – *Инстасамки внегодования*
 – *Вся работа стала без вотсап)))* прям задышал полной грудью
 – *Дуров красавчик... Ваще гений!!!*
 – *Главное Телеграмм работает*
 – *Один ВКонтакте рулит*
 – *Хорошо, что есть Иван*
 – *у меня нет инсты такой кайф*
 – *а я пойду в спортклуб*
 – *блин, в Вотсап прислали домашку для школы, а он не работает) Отличная отмазка))))))*

Я привел, разумеется, лишь крохотную часть комментариев по поводу внезапно случившегося грандиозного сбоя в сети. При всём разнообразии откликов они в последовательности своего появления и в мощном многоголосом проявлении легко различаются по предлагаемой тернарной шкале внимания-соучастия-открытия. Первая часть – призванные обратить на себя повышенное **внимание** вопросы, недоумения, стенания, тревоги, подтверждения тревог. Вторая часть – **посильное соучастие** в происходящем, сочувствие самим себе и своим товарищам по общей беде, самостоятельные попытки объяснения того, что приключилось. Третья часть – **открытие** неожиданных для себя позитивных ракурсов и ресурсов, положительных результатов от сетевого облома, проявления эгоистического злорадства (А нам все равно! Пусть им будет хуже!) по поводу общей паники, внезапно обнаруживаемые преимущества и первые нечаянные радости.

Мы обращаемся к фрагментам краткого или длительного речевого процесса. По сценариям крещендо с явно выраженными стадиями внимания, соучастия и открытия могут успешно строиться и такие целостные, плотные речевые структуры как любой вид школьного урока, вузовская (или научно-популярная) лекция, экзаменационный диалог, вступительное слово на защите выпускной квалификационной работы, оппонентское выступление, экскурсионный рассказ, неисчислимо разнообразные сценарии споров и, напротив, совместных поиски согласия, выступления в рамках предвыборной агитации,

рекламные тексты, сторителлинги в маркетинге и т. д. В принципе всякое общение так или иначе может оказаться во власти рискованных факторов объективных (не зависящих от участников коммуникации) обстоятельств и субъективных факторов (слабое чувство адресата речи, малая осведомленность в неписаных законах данного РЖ и т. д.). Важно заметить, что подлинный успех, связанный с речевыми состоятельностью, очень часто достигается не только и не столько рассудительным усердием и знанием правил общения, сколько интуитивно и импровизационно данным способом их исполнения в предлагаемой ситуации. Главное, чтоб интуиция не подвела.

Вот, в огромном почтовом потоке некий «центр информирования» 26 октября 2021 г. рассылает пользователям сети такое в целом психологически грамотно (хотя и не безупречно) составленное приглашение, на котором очень прозрачно можно проследить рассматриваемые нами три текстовые составляющие:

«Уважаемый пользователь!

Мы проводим уникальное закрытое мероприятие – только для “своих”. Это интерактивная он-лайн-лекция для тех, кто хочет кардинально изменить жизнь к лучшему. Мы вас добавили в список участников с бесплатным доступом! Онлайн-лекция ответит на такие вопросы, которые мучают всех годами (далее следует перечень из шести «животрепещущих» вопросов-проблем).

Не будет никакой воды: только рабочие нейропсихологические техники и упражнения на их основе. Эти бесценные знания позволят вам добиться невероятного прогресса, прокачать внутренние ресурсы и уже не возвращаться в состояние застоя.

Присоединяйтесь и знайте: ключ к успеху – ваш собственный мозг».

Начинается с цепляющих внимание простодушного потенциального пользователя указаний на исключительность лекции, её закрытость и особую элитарность, особую отмеченность предполагаемого состава. Далее весь текст подчинен одной цели – вызвать в вероятном адресате сочувственный и деятельный интерес к предлагаемому «мероприятию», которое способно «кардинально изменить жизнь к лучшему», ответить на непрерывно мучающие нас жизненно важные вопросы. И всё это при «*бесплатном доступе*» к собственному счастью! При более строгом редактировании (с учетом скептически настроенного потребителя этого обращения), конечно же, стоило бы умерить пафосно-стилистический строй документа, подсократить или вовсе убрать «*прилагательную*» *чрезмерность*: «*бесценные знания*», «*невероятный прогресс*».

Здесь или вкус изменяет авторам, или заниженные представления о вкусах искомого адресата берут верх. Заключительная фаза открытия (исподволь подготавливаемая упоминанием о модных ныне «нейропсихологических техниках»), увенчивающая призывное рекламное объявление, напрямую обращается к «вашему собственному мозгу». Расчет понятен: ради успеха мозг свой во что бы то ни стало стоит холить, лелеять и «прокачивать»!

Выше рассмотренное рекламное обращение имеет в виду «взрослого» (30+), но не «возрастного» (65+) потребителя. Для юных – свои акценты в рекламах. Тексты эти, как правило, короче, конкретнее и динамичнее, но прослеживаются в них те же внутренние закономерности. Перед нами – рекламный текст (от 28 марта 2021 г.) для желающих пройти краткий курс «Как стать звездой тиктока» («Создание взрывного видео. Вовлечение, монетизация и др. Привлечение подписчиков»). Своего рода инструкция для применения предудеомляет: «Если вы начинающий пользователь Тик Тока или уже имеете опыт работы с ним, но кончились идеи/не знаете, что снимать, то вы по адресу. Сегодня поговорим о трендах и идеях для тик тока, которые помогут Вам с легкостью попадать в ТОП и набирать кучу лайков. Тренды в статье разбиты по категориям, чтобы владельцы разных тематических аккаунтов в Тик Ток могли найти идеи для вдохновения и создать самый крупный контент в своей нише. Поехали!»

Обращает на себя внимание заявленный в зачине текста образ адресата: новичок в жанре, но уже с некоторым опытом и с ощущением исчерпанности собственных идей. Далее, как водится, энергичное зывание к активному соучастию в предлагаемом «предприятии»: вы здесь по адресу, мы охотно вам подскажем, как – без серьезных усилий – прославиться и быстро получить массу вождельных «лайков». Заключительное (распространенно-призывное и привычное) «Поехали!» воспринимается как приглашение к скорому открытию-обретению для себя самого желанного.

Текст заголовка в Рунете может быть и предельно кратким, но несущим в себе (в финальной своей фазе) разного рода внезапные приманки и неожиданные откровения: «Разговор с сыном. Не подставляй плечо!» (о ненадежности новых вакцин); «В Британии “новый виток толерантности”, необычная любовь становится всё необычней»; «Почему в правилах русского языка нет логики?» (интересующиеся узнают, что «логика в русском языке вполне себе есть»). Или

прислушайтесь к такому утверждению: «Грибоедов (сама фамилия писателя способна привлечь внимание любителей словесности!) не считал Чацкого положительным героем (соучастие пробудилось – все равно, в какой форме: внутреннего согласия или внутреннего протеста!). Я это докажу». Как после этого вероятному адресату не обратиться к обещанной системе доказательств!?

Параметры открытия проявляют себя в языковой игре, в построениях с использованием стилистических фигур алогизма, в парадоксальных и остроумных суждениях, в изобретательном рассказывании сюжетов из самых разных сфер бытия, в том, что может быть определено как «поэтика человеческого общения» (В. В. Дементьев)

Малая или заметно ослабленная эффективность общения обнаруживается при слабом знании-представлении инициатора общения о своем адресате, о предполагаемой аудитории. Ненадежность коммуникации часто связана с тем, например, что авторы и исполнители разного рода рекламно-просветительских текстов для привлечения внимания к своему высказыванию используют приемы заведомо неэффективные, давно уже потерявшие кредит доверия, особенно у продвинутой части аудитории. К примеру, все большее раздражение вызывают у пользователей такие типовые, абсолютно глухие отсылки к авторитетам (без указания на достоверные источники): «Британские исследователи недавно обнаружили...»; «Американские ученые ещё в начале нашего века установили...»; «По мнению известных российских экспертов...»; «Специалисты из Фонда Карнеги доказали...»; «Ряд современных исследований показывает...» и т. п. Внимание воспринимающей стороны к подобной невнятной и безликой аргументации резко идет на убыль.

Тысячи пользователей обратили внимание на парадоксально составленный заголовок рекламного текста: «Мошенник-фальшивомонетчик рассказывает сомнительную историю и заставляет задуматься о подготовке к ЕГЭ по русскому языку» (реклама в Дзене от 2 октября 2021 г.). Цель автора-словесника, готовящего к ЕГЭ по русскому языку, – замысловатым образом привлечь внимание абитуриентов к себе и к своей работе. Сам текст – пространственный: около 400 слов. Сюжетная линия прихотливая: соучастие у потенциального читателя призваны вызвать сведения криминального свойства, касающиеся судьбы прославленного американского мошенника, а ныне респектабельного консультанта ряда американских же банков по вопросам безопасности Фрэнка Абигнейла. По ходу

повествования автор текста старательно подводит вероятного читателя к рассудительному вопросу, мог ли мошенник (имеется в виду один из непроверенных фактов его жизнеописания) за 2 месяца выучить юриспруденцию и успешно сдать экзамен на адвоката. Далее следует переход к ученым размышлениям о феномене понимания, о самом процессе освоения знаний, о сложной и продолжительной процедуре подготовки к ЕГЭ. И всё заканчивается, как бы между прочим, просто-душно-завлекательной фразой, исполняющей роль открытия: «А на мой курс, кстати, сейчас как раз скидки».

Обращение к этому примеру вызвано тем, что налицо все присущие рекламному тексту параметры. Есть способный обратиться на себя внимание заголовок. Есть (правда, длинная и многосоставная) большая часть повествования, претендующая на то, чтобы постепенно и исподволь вызвать абитуриентское соучастие. И есть ожидаемое рекламное открытие – напоминание о главной цели всего текста. Я поинтересовался, как воспринимают этот текст 14 хорошо подготовленных и гуманитарно-ориентированных одиннадцатиклассников, и выяснилось, что поначалу все без исключения брались за чтение (срабатывал фактор внимания), а затем интерес постепенно угасал: 9 молодых людей, теряя терпение, заглядывали в конец и разочарованно откладывали текст; 5 из них все-таки дочитали его до конца. Итоговое резюме единодушно: стоило ли такой обширный огород городить ради заключительной и ключевой рекламной фразы! Желанная конвенция между автором и адресатами не произошла.

Куда более состоятелен рекламный текст, с первого взгляда несопоставимо будничной, лишенный каких-либо интеллектуальных красочных ассоциаций, предельно скупой по форме и содержанию, но способный четко соответствовать интересам вероятного адресата. Перед нами издали видное объявление на вполне себе импозантном сетевом ларьке европейского образца. Крупным шрифтом «**ЕСТЬ РАБОТА**». Внимание ищущего подходящее рабочее место фразой этой схвачено. Шрифтом помельче читаем: «**прямо здесь**». Градус соучастия способен возрасти мгновенно при совпадении интересов потенциального соискателя со столь близкой (вот она перед глазами, прямо здесь, рукой подать) локацией. И заключительное сообщение – прямой путь к открытию: «**Телефон:** (обозначен конкретный номер)». Всё! При счастливой встрече этого текста с адресатом цель обеих сторон диалога достигнута. Взаимные ожидания участников общения могут оправдаться.

Сдается, что частичная состоятельность или даже полная несостоятельность речевых жанровых осуществлений особенно отчетливо обнаруживается при самоуверенно-снисходительном, невзыскательном или намеренно (тем более, надменно-) покровительственном отношении инициатора коммуникации к своему адресату, при заниженном представлении о возможностях и притязаниях предполагаемой аудитории. Успеху надежной речевой коммуникации прежде всего способствует внушающий доверие искренний диалог в сочувственно-благожелательной тональности с использованием тех средств общения, «которые человек владеет лучше всего, увереннее всего, а также – немаловажно – которые уже зарекомендовали себя как эффективные в определенных типичных ситуациях» [15: 179].

Предварительные итоги

Исследуемая нами троичная психолого-филологическая структура РЖ в полной мере проявляет себя лишь в успешно обнаруживающем результативную надёжность и состоятельность жанровом воплощении. Успех обусловлен такими факторами, как душевная близость субъектов речевого общения, сопоставимый уровень их коммуникативных компетенций, социально-образовательный статус, разноплановые ситуативные заботы и интересы и многое другое.

Многочисленные и давние опыты наблюдений над структурой РЖ в их живой конкретной реализации позволяют заключить, что доля по-настоящему безупречных и неуязвимых примеров надёжности и состоятельности общения не слишком велика. Не слишком велика в сравнении с отточенным и взвешенным воссозданием РЖ в словесно-художественных текстах (см., например, «образцовую» поначалу, а затем и уклоняющуюся от всех разумных правил общежития речевую и поведенческую коммуникацию Ивана Ивановича Довгочуна и Ивана Никифоровича Перерепенки из знаменитой повести Н. В. Гоголя). Не слишком велика, имея в виду всегдашний зазор между неким идеальным умозрительным образцом и повседневно проявляющимся, непосредственным речевым опытом. Не слишком велика и с точки зрения онтологической природы великого и грустного «противоречия между данным и желанным» [16: 388] в межличностных, в межэтнических, в межконфессиональных и других диалогах.

Сами по себе заявленные здесь представления о надёжности и состоятельности речевых жанровых коммуникации, разумеется, ни в коей мере не служат панацеей от мало результативных или безуспешных попыток

и проб общения, но приближают нас к доказательно верным суждениям и заключениям о корректности (правильности) коммуникативных связей и отношений. Втайне, про себя сохраняется надежда, что излагаемый взгляд на параметры внимания, соучастия

и открытия в РЖ при его дальнейшем последовательном развитии даст возможность приблизиться к пониманию некоторой объективно данной нам оценочно-аналитической шкалы коммуникативной безошибочности и безукоризненности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Прозоров В. В. О надёжности и состоятельности речежанровой коммуникации // *Жанры речи*. 2020. № 3 (27). С. 195–204. <https://www.doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-195-204>
2. *Формановская Н. И.* Коммуникативный контакт. М. : ИКАР, 2012. 200 с.
3. *Барт Ролан.* Разделение языков // Избр. работы. Семиотика. Поэтика : пер. с фр. ; сост., общ. ред. и вступит. статья Г. К. Косикова. М. : Прогресс, 1989. С. 519–534.
4. *Дементьев В. В.* Коммуникативные ценности русской культуры : категория персональности в лексике и прагматике. М. : Глобал Ком ; Языки славянских культур, 2013. 338 с. (Studia philologica).
5. *Бахтин М. М.* Собр. соч. : в 7 т. Т. 5. Работы 1940-х – 1950-х годов. М. : Русские словари, 1996. 751 с.
6. *Войтак М.* Генология как когнитивное пространство (пер. с польск.) // *Жанры речи*. 2020. № 3 (27). С. 206–213. <https://www.doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-206-213>
7. *Вежбицка А.* Речевые жанры (пер. с польск.) // *Жанры речи : сб. науч. тр. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 99–111.*
8. Эффективность коммуникации : понятие, роль адресанта и адресата, основные приёмы её достижения : монография / под ред. О. Б. Сиротининой и М. А. Кормилицыной. Саратов : ИЦ «Наука», 2019. 215 с.
9. *Гольдин В. Е.* Этикет и речь. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1978. 112 с.
10. *Формановская Н. И.* Речевой этикет в русском общении. Теория и практика. М. : ВК, 2009. 334 с.
11. *Наумова Д. Д., Будник Е. А.* Вербальные и невербальные средства привлечения внимания в рекламной коммуникации // *Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия : Лингвистика и Межкультурная коммуникация*. 2014. № 4. С. 36–38.
12. *Шмелева Т. В.* Модель речевого жанра // *Жанры речи : сб. науч. тр. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 88–98.*
13. Антология речевых жанров. Повседневная коммуникация / под общ. ред. К. Ф. Седова. М. : Лабиринт, 2007. 118 с.
14. *Карасик В. И.* Жанры сетевого дискурса // *Жанры речи*. 2019. № 1(21). С. 49–55. <https://www.doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>
15. *Дементьев В. В.* Что дало жанроведение современной лингвистике? // *Жанры речи*. 2020. № 3 (27). С. 172–194. <https://www.doi.org/10.18500/23110740-2020-3-27-172-194>
16. *Скафтымов А. П.* Поэтика художественного произведения. М. : Высшая школа, 2007. 534 с.

REFERENCES

1. Prozorov V. V. On the Reliability and Consistency of Speech Genre Communication. *Speech Genres*, 2020, no. 3 (27), pp. 195–204 (in Russian). <https://www.doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-195-204>
2. Formanovskaya N. I. *Kommunikativnyy kontakt* [Communicative contact]. Moscow, IKAR Publ., 2012. 200 p. (in Russian).
3. Barthes Roland. Razdeleniye yazykov [Separation of languages]. *Barthes Roland. Izbrannyye raboty. Semiotika. Poetika* [Kosikov G. K., ed. Favorite works. Semiotics. Poetics]. Moscow, Progress Publ., 1989, pp. 519–534 (in Russian).
4. Demyantsev V. V. *Kommunikativnye tsennosti russkoy kul'tury. Kategoriya personal'nosti v leksike i pragmatike* [Communicative Values of the Russian Culture. Category of Personality in Vocabulary and Pragmatics]. Moscow, Global Com, Yazyki slavyanskikh kul'tur Publ., 2013. 338 p. (in Russian).
5. Bahtin M. M. *Sobranie sochinenij : v 7 t. T. 5. Raboty 1940–1960 godov* [Collected works : in 7 vols., vol. 5. Works of 1940–1960]. Moscow, Russkiye slovari Publ., 1996. 751 p. (in Russian).
6. Wojtak M. Genology as a Cognitive Space. *Speech Genres*, 2020, no. 3 (27), pp. 205–213 (in Russian). <https://www.doi.org/10.18500/2311-0740-2020-3-27-205-213>
7. Wierzbicka A. Speech genres. *Zhanry rechi : sb. nauch. tr.* [Speech genres : coll. of sci. works], iss. 1. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, pp. 99–111 (in Russian).
8. *Effektivnost' kommunikatsii : ponyatiye, rol' adresanta i adresata, osnovnyye priyomy yeyo dostizheniya*. Monografiya. Pod red. O. B. Sirotninoy i M. A. Kormilitsynoy [Sirotnina O. B., Kormilitsyna M. A., eds. The effectiveness of communication : the concept, the role of the addressant and addressee, the main methods of its achievement. Monograph.]. Saratov, ITs “Nauka” Publ., 2019. 215 p. (in Russian).
9. Goldin V. Ye. *Etiket i rech'* [Etiquette and speech]. Saratov, Izd-vo Sarat. un-ta, 1978. 112 p. (in Russian).
10. Formanovskaya N. I. *Rechevoy etiket v russkom obshchenii. Teoriya i praktika* [Speech etiquette in Russian communication. Theory and practice]. Moscow, VK Publ., 2009. 334 p. (in Russian).
11. Naumova D. D., Budnik E. A. Verbal and non-verbal means of attracting attention in advertising communication. *Bulletin of the Voronezh State University. Series : Linguistics and Intercultural Communication*, 2014, no. 4, pp. 36–38 (in Russian).
12. Shmeleva T. V. Model of speech genre. *Zhanry rechi : sb. nauch. tr.* [Speech genres : coll. of sci. works], iss. 1. Saratov, GosUNTs “Kolledzh”, 1997, pp. 88–98 (in Russian).
13. *Antologiya rechevykh zhanrov : povsednevnyaya kommunikatsiya* [Sedov K. Ph., ed. Anthology of speech genres : daily communication]. Moscow, Labirint Publ., 2007. 118 p. (in Russian).

-
14. Karasik V. I. Genres of Network Discourse. *Speech Genres*, 2019, no. 1 (21), pp. 49–55 (in Russian). <https://www.doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>
15. Dementyev V. V. What Have Genre Studies Given to Modern Linguistics? *Speech Genres*, 2020, no. 3 (27), pp. 172–194 (in Russian). <https://www.doi.org/10.18500/23110740-2020-3-27-172-194>
16. Skaftymov A. P. *Poetika khudozhestvennogo proizvedeniya* [Poetics of a work of art]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 2007. 534 p. (in Russian).

Поступила в редакцию 09.11.2021; одобрена после рецензирования 28.11.2021; принята к публикации 08.12.2021
The article was submitted 09.11.2021; approved after reviewing 28.11.2021; accepted for publication 08.12.2021