

*Абишева М. С.,
старший преподаватель кафедры языковой подготовки,
кандидат филологических наук, капитан полиции
(Карагандинская академия МВД Республики Казахстан им. Б. Бейсенова)*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИКИ ТЕКСТА

Современная лингвистика обогатилась и продолжает обогащаться направлениями, в которых изучаемая система рассматривается с учетом того, что обязательным компонентом либо самой этой системы, либо среды, в которой она функционирует, является человек.

В свете новых задач особую актуальность для исследователей получили явления прагматики, значение которой начинает пониматься как «практический, полезный для достижения той или иной цели»¹. Так, в процессе речевой деятельности субъект, говорящий, формирует некоторый вполне конкретный рассчитанный на слушающего смысл, который передается в форме определенного языкового сообщения, например, в виде текста, являющегося ничем иным, как языком в его реализации — «языком в действии»².

Таким образом, с позиции прагматики текст, как письменный, так и устный, представляет собой средство выражения говорящим или пишущим передачи адресату сообщения и оказания на него определенного воздействия. Как коммуникативная единица текст функционирует в той или иной сфере человеческого общения, т. е. принадлежит к тому или иному функциональному стилю, который, в свою очередь, обуславливает выполнение определенного вида воздействия в зависимости от целевой направленности и всегда прагматически детерминирован.

Анализируя газетный текст, представляющий собой разновидность публицистического стиля, основные средства которого направлены на сообщение, логическое доказательство, посредством чего и производится определенное воздействие, можно отметить, что «в силу особенностей прагматической ориентации в газетных текстах широко используются разнообразные языковые средства оценки: ведь газета не только излагает, но и оценивает излагаемый факт»³, репрезентируя собой тип дискурса, в связи с широким толкованием последнего: «коммуникативное событие, заключающееся во взаимодействии участников коммуникации посредством вербальных текстов в определенной ситуации и определенных социокультурных условиях общения»⁴. Так, если раньше, при тоталитарном режиме, адресанту, субъекту, творящему текст, отводилась роль «вербального фотографа, беспристрастно фиксирующего события и факты»³, то сейчас на роль субъекта в средствах массовой информации высказываются прямо противоположные взгляды, учитывающие особенности газеты как общественного института и типа дискурса. Соответственно, за субъектом, творящим текст, признается право на ментальную и социальную активность, присвоение адресантом содержащейся в тексте и значимой для него информации. В результате этого происходит «глобальная авторизация газетного текста, то есть совмещение в субъекте ролей автора и принципала. Субъект в современной массовой коммуникации не просто функционален — он выступает как личность со всеми особенностями ее менталитета»³.

Авторизация газетного текста неразрывно связана с:

1) стилевой свободой, основанной на преобладании в тексте «слога» над «стандартом». Так, например, в текстах газеты часто встречаются слова не просто разговорного, но и жаргонного «слога»: *«Пако Рабанну по барабану», «Дорожает хата по решению Маслихата», «Угораздило же инопланетян шарохаться в столь отдаленных от центра цивилизации местах — в Австралии»*⁵;

2) тематической свободой, возможностью избрания в качестве предмета описания или оценки любого фрагмента действительности: политического, экономического, культурного, бытового. Особенно ярко это отражается в заголовке, который является основным конституентом текста и напрямую соотносится с его содержанием. Например: *«Старые язвы новой столицы», «Народ и милиция едины!», «Сена и пенсий!»* и т. д.⁵;

3) прагматической свободой. Субъект, выражая свое отношение к какому-либо явлению, осознанно или неосознанно пытается вызвать адекватное отношение у читателя, сформировать

определенную эмоциональную рефлексию. Оценочность языковых средств выступает как главная особенность газетно-публицистического стиля и проявляется на всех «уровнях» его языка, но особенно ярко и явно в лексике. Оценка может выражаться эксплицитно — словами «неплохо», «хорошо» и их синонимами, например: «плохие условия», «несчастливый день», а также имплицитно, через модальную рамку слова: «кровавое побоище», «жуткое преступление», «разыгравшаяся трагедия»; оценочные суффиксы, например: «скромненькая зарплата», «денежки» и пр. Прямые, резко аффективные оценки, которые во многих случаях представляются пейоративной лексикой и фразеологией, используемой в качестве названий, определений и предикатов. Но возможны и иные способы выражения. Например, навешивание ярлыков, т. е. сведение политической позиции адресата к тому или иному направлению, вызывающему активное неприятие со стороны общества или каких-либо социальных групп: «Лидер погибающего движения «Наш дом — Россия» Виктор Черномырдин предложил на встрече в Нижнем Новгороде принципиально новую расшифровку НДР — «Надо Дружно Работать»⁵; намек на табуированные части тела: «Чем Союз убили, тем и породим!» или упоминание оных с именами собственными⁶.

Совершенно очевидно, что многие из таких оценок, будучи прямыми оскорблениями, находятся за пределами рамок культурного общения, нарушают нормы не только речевого этикета, но и нравственности. Кроме того, можно сказать, что с изменением социально-политического строя, основной задачей газеты стало информирование общества, а не реформирование его. Субъект, творящий текст, выступает как личность, за которой закрепляется право на прагматическое воздействие посредством различных языковых средств, а также на личную и социальную активность. Любое событие, любая ситуация, по той или иной причине привлечшие внимание журналиста, могут быть представлены на страницах газет.

Таким образом, можно сказать, что нацеленность на передачу актуальной, достоверной и объективной информации в газетном тексте сопровождается и сугубо авторскими интенциями: намерение следовать в русле прагмаустановки конкретной газеты — стремление избежать официоза, назидательности; формирование у читателя определенной психической рефлексии по поводу предмета речи, т. е. создание автором эмоциональной картины мира. Так, несмотря на интенцию «донесение максимально объективной информации», автор, творящий текст, не может не выразить свое отношение к высказываемому. При отборе тех или иных языковых средств он исходит из личностных мотивов, своего жизненного опыта, проецируя в тексте свои представления о действительности, знания и суждения о ней, так как он — личность, обладающая эмоциями, волей и намерениями. Это психологическая сторона деятельности автора, которую невозможно не учитывать. Например, при описании негативного факта реальной действительности автор учитывает не только общепринятые нормы нравственности и морали, т. е. пресуппозицию читателя, но и намеренно использует слова, наделенные эмоциональной окраской и, в силу этого, прагматической заданностью, в которые может вложить и свою собственную авторскую оценку, апеллируя, соответственно, к эмоционально-волевой сфере психики адресата, а через нее к его интеллектуальной сфере, путем эмоционального «заражения», внушения, убеждения, с целью регуляции его поведения. Однако следует отметить, что информационная свобода, возымевшая свои права, очень часто приводит к отрицательному результату. Стремление к экстравагантности, сенсационности, яркой экспрессивной оценочности приводит к цинизму, склонности к описанию лишь «негативного факта окружающей действительности», к снижению культурного ценза при отборе материала для опубликования.

-
- ¹ Степанов Ю. С. В поисках прагматики // Изв. АН СССР. — 1981. — № 4. — Т. 40.
 - ² Хэллидэй М.А. Место функциональной перспективы предложения в системе лингвистического описания // Новое в зарубежной литературе. — М., 1978. Вып. 8.
 - ³ Багдасарян М. А. Прагматический аспект функционирования фразеологических единиц в газетном тексте сатирического направления // Прагматические аспекты лексикологии и стилистики французского языка: Сб. науч. тр. — М., 1987.
 - ⁴ Борботько В. Г. Элементы теории дискурса. — Грозный, 1989.
 - ⁵ Комсомольская правда. 1995—1999 гг.
 - ⁶ Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. — М., 1999.