

Виктория Юрьевна Костюченко, к. филол. н.
Белорусский государственный университет,
Минск, Беларусь
э-почта: v82kost@gmail.com

Viktoria Yurievna Kostjuchenko, Cand. of Sc.
(Philology)
Belarusian State University, Minsk, Belarus
e-mail: v82kost@gmail.com

РЕЧЕВЫЕ АКТЫ ПОБУЖДЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА

Статья исследует императивные речевые акты в русской и английской интернет-коммуникации. Показано многообразие средств выражения модального значения побуждения, представлена количественная представленность исследуемых речевых актов в русских и английских сетевых ток-шоу и интернет-комментариях к ним, показаны различия в прагматике употребления побудительных речевых актов в зависимости от жанра интернет-коммуникации и национально-культурных традиций говорящих (пишущих).

Ключевые слова: речевые акты побуждения; модальность; средства выражения побуждения; интернет-коммуникация; прагматика.

IMPERATIVE SPEECH ACTS IN INTERNET COMMUNICATION: SEMANTICS AND PRAGMATICS

The article investigates imperative speech acts in Russian and English Internet communication. The diversity of means of expressing of the modal meaning of motivation to action is shown, the quantitative representation of the speech acts under study in Russian and English online talk shows and Internet comments to them is presented, the pragmatic differences in the usage of imperative speech acts depending on the genre of Internet communication and the national-cultural traditions of speakers (texters) are shown.

Key words: imperative speech acts; modality; means of expressing of motivation to action; Internet communication; pragmatics.

Основное модальное значение императивных речевых актов (далее РА) – это побуждение к действию. Значение побуждения объединяет самые разные речевые акты: просьбу, разрешение, приказ, требование, предложение, совет и др.

Материалом исследования послужили русские и английские ток-шоу с участием актеров и интернет-комментарии к ним (общий объем 16000 слов в каждом языке). Особенностью исследуемых речевых актов в интернет-коммуникации является полифункциональность и неоднородность модальных значений таких высказываний. Например, высказывание *Закрой пасть* выражает 1) речевой акт побуждения; 2) речевой акт, выражающий отрицательное эмоционально-оценочное отношение; 3) метакоммуникативный речевой акт ('замолчи, не говори').

В русском материале, в отличие от английского, поражает многообразие способов выражения значения побуждения. Эта иллюстрация выражается с помощью следующих средств: 1) глаголы в форме повелительного наклонения (*Ходите на*

хорошие спектакли); 2) высказывания с модальными глаголами *надо, нужно* (*Вам надо вы сплескиваться*); 3) неглагольные слова в императивном значении (конструкции с родительным или винительным падежом) (*Меньше зависти, дамы! Мозгов как раз тебе!*); 4) наличие иллюкутивных глаголов с семантикой побуждения (*И вам советую попробовать также, а не выливать тут свое недовольство и злобу*); 5) риторический вопрос побуждения (*Так зачем замечать недостатки???*); 6) высказывания с вводными словами или глаголами в повелительном наклонении в функции акцентуации (*Вы посмотрите, это сегодня абсолютный тренд; Когда ты приходишь на прекрасное, ты не можешь на это не откликнуться, понимае-те*); 7) побудительные коммуникативные клише (*Закрой пасть; Увольте*).

На рисунке 1 показана количественная представленность РА побуждения в русских и английских интернет-дискуссиях.

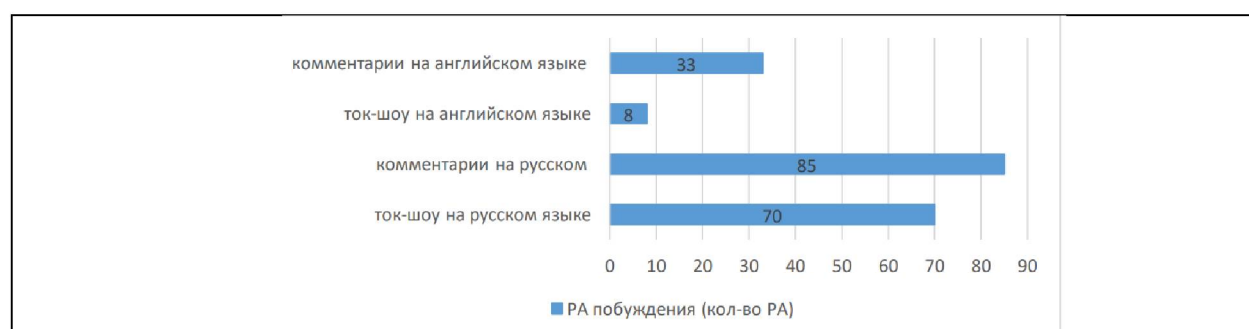


Рис. 1 Диаграмма «Количественная представленность РА побуждения в русских и английских интернет-текстах»

Незначительный удельный вес РА побуждения в английском материале объясняется стремлением английских речевых партнеров минимизировать прямое коммуникативное воздействие на собеседника, не навязывать своего мнения. Т. В. Ларина отмечает, что «социальная дистанция, проявляющаяся в наличии зоны личной автономии, куда вход строго запрещен, не позволяет английским коммуникантам оказывать прямого воздействия на адресата» [1, с. 19]. В английском материале РА побуждения часто смягчаются, даже в тех случаях, когда говорящий раздражен (*Stop arguing, please* ‘Перестаньте спорить, пожалуйста’). В интернет-комментариях часто используется конструкция с *should* для выражения действия, которое говорящий считает целесообразным в определенной ситуации (*I think they should pick Benedict for the next James Bond* ‘Я думаю, что они должны выбрать Бенедикта для следующего Джеймса Бонда’; *They should do that for other professions* ‘Им следует сделать это для других профессий’). Такие РА побуждения звучат мягко и неимперативно, выражают желаемое действие в отношении неприсутствующих лиц [2].

В отличие от английских собеседников, русские коммуниканты более широко и свободно используют РА побуждения (*Не болтай, Таня, Дашенька красotka; Поди маме помоги посуду помыть, пользы больше; Ну, так и не смотрите, но не мешайте нам смотреть*). Русские собеседники легко сближаются во время коммуникации, дают советы, запрещают и побуждают. В восприятии русских императив звучит не так командно и во многих случаях не нарушает стилистического узуса общения. Большая часть РА побуждения в русском материале обращена к собеседнику реальному или виртуальному (2-е лицо), в то время как в английском материале довольно часто такие высказывания апеллируют к 3-му лицу, не участвующему в дискуссии.

В интернет-комментариях высказывания побуждения широко используются для выражения резко отрицательного отношения, выражения недовольства, возмущения. Степень эмоциональной насыщенности императивных высказываний в английских комментариях не такая высокая по сравнению с русскими. Часто они имеют характер категоричного, настойчивого (резкого) побуждения, но не переходят в разряд оскорбительных.

Только в русских интернет-комментариях повелительное наклонение используется в РА благопожелания, которые адресуются обсуждаемому в комментариях актеру и выступают как способ выражения положительных эмоций, восхищения и одобрения (*Храни Вас Бог; Оставайтесь такой всегда!*).

Таким образом, исследованный материал показал высокий прагматический потенциал императивных РА. Несмотря на то, что грамматический императив составляет ядро побудительной модальности, прагматика побуждения гораздо шире высказываний с формами повелительного наклонения. В русских и английских сетевых комментариях широко представлены случаи эмотивно-насыщенных форм повелительного наклонения, которые выражают разную степень экспрессивности (неодобрение, недовольство, возмущение, упрёк).

Национально-культурный фактор определяет бóльшую количественную представленность императивных РА в русском материале, что свидетельствует о бóльшей степени их прямолинейности, полемичности и категоричности. Побудительные речевые акты в русских интернет-комментариях представлены в бóльшем разнообразии модальных значений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации: на материале английской и русской коммуникативных культур : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 / Т. В. Ларина ; Рос. ун-т дружбы народов. М., 2003. 32 с.
2. Longman dictionary of contemporary English. New ed. Harlow : Longman, 2003. XVII, 1949 p.