

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологии и журналистики

Покровская Е. А., Дудкина Н. В., Кудинова Е. В.

РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ В ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

Ростов-на-Дону
2011

ББК 83.019.6–02
УДК 82.091

Ответственный редактор:

заслуженный деятель науки, профессор Чудинов А.П.

П 48 Покровская Е.А., Дудкина Н.В., Кудинова Е.В.

Речевые жанры в диалоге культур. – Ростов н/Д: Foundation, 2011. – 200 с.

ISBN 978-5-4376-0004-7

В настоящей монографии осуществляется сопоставительный лингвокультурологический анализ речевых жанров поздравления, инструктивно-запретительных надписей и меню в различных культурах. Лингвистический материал становится основой и доказательной базой для выводов о менталитете и системе ценностей носителей русской, английской, итальянской и французской культур. Книга предназначена для лингвистов, культурологов и всех, кто интересуется проблемами национального характера.

ISBN 978-5-4376-0004-7

ББК 83.019.6–02
УДК 82.091

© Коллектив авторов, 2011

© Оформление Лункина Н.В., 2011

Содержание

Предисловие	5
Глава 1. Речевой жанр и аспекты его изучения	7
1.1. Речевой жанр в современной лингвистике	7
1.2. Аспекты изучения речевого жанра	14
1.2.1. Формальный аспект речевого жанра	15
1.2.2. Коммуникативно-прагматический аспект речевого жанра. . .	17
1.2.3. Содержание как особый аспект речевого жанра	21
1.2.4. Когнитивный (метаконцептуальный) аспект речевого жанра	23
1.3. Речевой жанр в лингвокультурологическом освещении	28
1.3.1. Имя жанра в лингвокультурологической перспективе	29
1.3.2. Задачи лингвокультурологического исследования речевых жанров	32
Глава 2. Речевой жанр поздравления в русской и американской лингвокультурах	35
2.1. Поздравление в русской и американской лингвокультурах: когнитивный анализ	35
2.2. Специфика речевого жанра «поздравление» в русской и американской лингвокультурах	39
2.2.1. Повод для поздравления	39
2.2.1.1. Повод для поздравления с точки зрения словарей. . .	40
2.2.2. Типология поводов для поздравлений	45
2.2.2.1. Различия между поводами для поздравлений в русской и американской лингвокультурах	54
2.2.3. «Размывание повода» как отличительная черта русской лингвокультуры	58
2.2.4. «Антипоздравление» как типичная черта русской лингвокультуры	62
2.2.5. Личное начало в русских и американских поздравлениях. . .	66
Выводы	79
Глава 3. Инструктивно-запретительные надписи в русской, итальянской и английской лингвокультурах	83
3.1. Инструктивно-запретительные надписи как разновидность публичных объявлений	84
3.1.1. Речевой жанр публичного объявления в современной науке	84

3.1.2. Проблема классификации публичных объявлений и инструктивно-запретительных надписей	88
3.1.3. Своеобразие речевого жанра инструктивно-запретительных надписей	90
3.1.4. Иконические знаки в составе инструктивно-запретительных надписей и их функции.	92
3.1.5. Тематические особенности речевого жанра инструктивно-запретительных надписей	93
3.2. Формально-грамматические аспекты речевого жанра инструктивно-запретительных надписей в русской, итальянской и английской лингвокультурах	94
3.2.1. Предписания и запреты в русских инструктивно-запретительных надписях	95
3.2.2. Предписания и запреты в итальянских инструктивно-запретительных надписях	98
3.2.3. Предписания и запреты в английских инструктивно-запретительных надписях	103
3.3. Личные формы в русских и итальянских инструктивно-запретительных надписях	106
3.4. Вежливость/категоричность инструктивно-запретительных надписей	111
3.4.1. Способы смягчения в итальянской лингвокультуре	112
3.4.2. Способы смягчения в английской лингвокультуре	115
3.4.3. Активные тенденции в русских инструктивно-запретительных надписях	117
3.5. Категоричность /вежливость инструктивно-запретительных надписей	119
Выводы	135
Вместо заключения	137
Глава 4. Речевой жанр меню в русской, французской и американской лингвокультурах	140
4.1. Речевой жанр меню: Общая характеристика	140
4.2. Русское меню	143
4.2.1. Меню советского периода	143
4.2.2. Современное русское меню	152
4.3. Французское меню	169
4.4. Американское меню	175
Выводы	179
Литература	182

Предисловие

На современном этапе отечественная лингвистическая наука сосредоточена в основном на двух вопросах. Во-первых, это исследование взаимодействия между языком и культурой. При этом данный вопрос можно понимать как узко (в собственно лингвокультурологическом смысле), так и широко (в этом случае мы не можем отрицать того факта, что такого рода исследования включают работы в области социолингвистики, политической лингвистики, а также, отчасти, психолингвистики).

Во-вторых, современная лингвистика уделяет огромное влияние частным и общим исследованиям по теории речевых жанров. Отличительная черта теории речевых жанров заключается в том, что потенциально эта теория обладает мощным интегративным началом, способным «сплавить воедино» и достижения традиционной грамматики, и элементы прагматики, и наработки теории текста.

Теория речевых жанров, по всей видимости, снимает противопоставление между языком и речью, имевшее огромную значимость в структурном языкознании. В самом деле, с одной стороны, речевой жанр представляет собой модель, тип (вид) текста, совокупность характеристик, которые присущи множеству текстов определенной категории и одновременно определяют внешний облик и содержание вновь создаваемых текстов. Но, с другой стороны, речевой жанр всегда реализуется в виде речевого произведения или текста. А следовательно, противопоставление между поддающейся описанию системой языка и бескрайним, необозримым, непознаваемым океаном

речи оказывается не таким четким. Ведь, согласно мысли М.М. Бахтина, речевые жанры «даны» нам так же, как грамматические формы и звуковые оболочки слов; более того, грамматика познается на материале речевых жанров, а не сама по себе.

Если учесть актуальность этих двух проблемных областей для современной лингвистики, то становится понятной попытка найти точки пересечения между ними. При этом подобный контакт наверняка окажется полезным как для теории речевых жанров, так и для лингвокультурологии. Польза для теории речевых жанров заключается прежде всего в прояснении вопроса о природе абстрактного, идеального жанрового образца, который воплощается в конкретных высказываниях. Лингвокультурология в этом случае может найти богатейший материал для проверки уже высказанных гипотез, а также для выдвижения новых предположений. Некоторые наиболее важные вопросы взаимодействия между теорией речевых жанров и лингвокультурологией рассматриваются в главе 1 данной книги.

Основная часть книги посвящена сопоставлению соотносительных речевых жанров в различных лингвокультурах. Это русские и американские поздравления (глава 2), русские, итальянские и английские публичные, или конструктивно-запретительные, надписи (глава 3) и, наконец, русские, французские и американские меню (глава 4). При этом в главе 2 показываются возможности использования количественного анализа текстов, а в главах 3 и 4 – возможности содержательной интерпретации и формального анализа.

Задача, которая решается в данной части, заключалась в попытке на основании анализа конкретного материала наметить основные направления анализа соотносительных речевых жанров в различных лингвокультурах и показать результаты, которые могут быть получены в процессе их сопоставления. Естественно, задача эта не решена полностью. Тем не менее, полученные выводы вполне могут стать основанием для дальнейших шагов, направленных на выработку полноценной комплексной методики исследования речевого жанра в лингвокультурологическом аспекте.

Главы 1, 2, 4 написаны Е.А. Покровской и Н.В. Дудкиной, глава 3 – Е. Кудиновой в соавторстве с Е.А. Покровской.

Глава 1.

Речевой жанр и аспекты его изучения

1.1. РЕЧЕВОЙ ЖАНР В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Последнее десятилетие в отечественной лингвистике характеризуется активным всплеском интереса к изучению речевых жанров. Исследователи в один голос заявляют о формировании новой лингвистической теории, которую они называют теорией речевых жанров, жанроведением, генристикой, генологией, иногда противопоставляя эти термины (см., например, работы [Дементьев, 2002; Шмелева, 2006]). Проблемы теории речевых жанров в целом обсуждаются в многочисленных работах, среди которых выборочно можно назвать [Гайда, 1986, 1999; Гольдин, 1997, 1999; Долинин, 1998, 1999; Кожина, 1999; Сиротина, 1999; Шмелева, 1990, 1991, 1995].

В то же время понятие жанра находится на пересечении интересов различных дисциплин языкового и филологического цикла, и пристальный интерес лингвистов к соответствующему объекту представляет собой относительно новое явление. К категории жанра традиционно обращаются исследователи, занимающиеся историей и теорией литературы. О том, что понятие «жанр» является одной из основополагающих категорий теории литературы, свидетельствует включение соответствующих глав в учебники и учебные пособия, в том числе ставшие классическими [Жирмунский, 1996, с. 269–403; Пospelов, 1978; Томашевский, 1996, с. 206–210; Хализев, 2002]. В историческом плане литературоведение изучает как процесс формирования и развития жанровых форм, так и трансформации различных жанров (см., например, [Аверинцев, 1986]). Интерес к понятию жанра со сторо-

ны литературоведения естествен, поскольку эта категория является общей для наук, изучающих искусство: понятие жанра применимо к живописи [Виппер, 1985], музыке [Холопова, 1999; Назайкинский, 2003].

Концепция М.М. Бахтина [Бахтин, 1978 (1997)], пользующаяся в наши дни огромной популярностью среди ученых-лингвистов, представляет собой обобщение и расширение на смежные области литературоведческого понятия жанра. При этом она является достаточно общей, чтобы ее положения привлекали внимание исследователей, которые занимаются изучением жанра в других родах искусства (см., например, работу [Коробова, 2008]). Тем не менее не вызывает сомнений тот факт, что интерес М. М. Бахтина к речевому жанру вырос из стремления решить важнейшие проблемы теории литературы. В известной работе 1928 года «Формальный метод в литературоведении», выпущенной под именем П.Н. Медведева и приписываемой М.М. Бахтину, мы находим суждения, которые фактически дословно повторяют суждения из более позднего текста «Проблема речевого жанра», но при этом высказаны в литературоведческом ключе. В частности, М.М. Бахтин пишет: «Исходить поэтика должна именно из жанра. Ведь жанр есть типическая форма целого произведения, целого высказывания... Жанр есть типическое целое художественного высказывания, притом существенное целое, целое завершенное и разрешенное. Проблема завершения – одна из существеннейших проблем теории жанра» [Медведев (Бахтин), 1993, с. 144] (ср. также [Волошинов 1929, 1930]). Уже эта короткая цитата содержит в себе зачатки бахтинской теории речевого жанра, что проявляется в использовании характерных для теории М.М. Бахтина выражений «типическая форма высказывания» и «завершенность». Кроме того, восходящее к М.М. Бахтину разграничение первичных и вторичных речевых жанров максимально наглядно и ярко проявляется именно в художественном тексте, который вбирает и «переплавляет» самые разнообразные формы, типичные для бытового и официального общения.

В то же время оригинальность и лингвистическая ценность подхода М.М. Бахтина заключается в разработке категории речевого жанра именно в теоретико-языковом (а не искусствоведческом) ключе. Именно эта направленность нашла отражение в том, что одним из

центральных в концепции М.М. Бахтина становится термин «высказывание», который трактуется с опорой на такой чисто коммуникативный признак, как смена субъектов речи. Этот признак, бесспорно, значим и для литературного текста, однако представляется совершенно очевидным, что он имеет значение для любой, а не только для эстетической сферы использования языка.

Итак, речевой жанр привлекает внимание теоретиков и историков литературы, которые сосредотачивают свое внимание на эстетическом использовании языка, то есть на видах художественной словесности. В то же время закономерным представляется обращение к проблемам речевого жанра со стороны журналистов. К настоящему моменту создано немало работ, в которых предлагаются описания системы журналистских жанров (см. работы [Антонова, 2002; Жанры международной журналистики, 1983; Жанры советской газеты, 1972; Ким, 2004; Тертычный, 2000; Четвертков, 2006] и др.). Разработки понятия «жанр» в теории журналистики имеют практическую направленность и ориентированы на формирование умений и навыков написания соответствующих текстов. Тем не менее результаты, полученные в этой области, представляют несомненный интерес для лингвистической теории речевых жанров, которая, несомненно, имеет более общий характер и в большей степени ориентирована на постановку и решение теоретических вопросов.

Понятие жанра традиционно интересовало и лингвистов. Важным этапом в развитии исследований речевого жанра стало его изучение в рамках функциональной стилистики. Существует целый ряд работ, которые описывают жанры различных стилей с этой точки зрения; среди них можно назвать работы [Вакуров и др., 1978; Дворецкая, 1993; Краус, 1986; Матвеева, 1990; Пумпянский, 1977; Разновидности и жанры научной прозы, 1989].

В некоторых случаях в рамках функциональной стилистики термин «жанр» употребляется как синоним термина «стиль». Примером такого подхода может служить определение Г.Я. Солганика: «Под речевым жанром или стилем... понимаем более или менее устойчивые и традиционные способы, манеру изображения, общепризнанную речевую форму, санкционированные обществом и привычные способы объединения речевых единиц, строения речи и т. д.» [Солганик, 1973, с. 6.]. В целом такое употребление термина «жанр» соответству-

ет некоторым вариантам употребления данного слова в ненаучном и околонаучном дискурсе (ср. «легкий жанр»). Тем не менее подобный подход по большому счету сводит на нет продуктивность термина «речевой жанр», используемого для обозначения более частных разновидностей (типов) текста.

Гораздо более типичным для функциональной стилистики является представление, в соответствии с которым жанр – это разновидность текста, реализующая тот или иной функциональный стиль. В наиболее последовательном воплощении данная точка зрения привела исследователей к выводу, что любой функциональный стиль реально существует лишь как совокупность жанров. При этом и каждый жанр обслуживает ту или иную сферу общения, а жанр и стиль соотносятся как частное и общее [Вакуров и др., 1978]. А.Н. Кожин, О.А. Крылова, и В.В. Одинцов определили жанр как «выделяемый в рамках того или иного функционального стиля вид речевого произведения, характеризующийся единством конструктивного принципа, своеобразием композиционной организации материала и используемых стилистических структур» [Кожин и др., 1982, с. 59]. В этом определении, которое вполне удовлетворяет современным представлениям о речевом жанре, на первый план все-таки выводится принадлежность жанра к функциональному стилю, а из этого следует, что в рамках функциональной стилистики жанр мыслился как особая разновидность (подвид) внутри функционального стиля. В этом смысле функциональная стилистика шла по тому же пути, что и литературоведение, которое выделяет литературные роды и виды. В функциональной стилистике литературным родам соответствует функциональный стиль, видам – конкретные жанры, входящие в этот стиль. Современная формулировка данной точки зрения представлена в работе [Салимовский, 2002].

Однако не все исследователи придерживаются в точности такой точки зрения, признавая, что жанровое членение функционального стиля не определяется исключительно соотносительностью с соответствующей сферой общения, а также функциями, которые вытекают из этой соотносительности. Не так давно М.Н. Кожина писала по этому поводу: «Весь текстовый (речевой) континуум как носитель функциональных стилей подразделяется на пять-шесть (если брать религиозный) функциональных стилей, при этом специфика каждого функци-

онального стиля соотносится с узким кругом центральных подстилей и жанров, в наиболее чистом виде и наиболее полно представляющих эту специфику как лингвистическое воплощение влияния на речь прежде всего базовых экстралингвистических стилеобразующих факторов <...> Дальше от центра (на пути к периферии) находятся подстили и жанры, отражающие помимо базовых и другие экстралингвистические факторы; тем самым к основным стилевым чертам добавляются другие, обусловленные дополнительными (кроме базовых) факторами» [Кожина, 2003, с. 290]. Некоторые исследователи пришли к выводу, что соотношение между жанром и стилем нельзя осмыслять при помощи пары «род-вид», поскольку существуют переходные явления, которые иногда называют гибридными (межстилевыми) жанрами, а также жанры, не принадлежащие к одному стилю [Бельчиков, 1996, с. 335]. В частности, В.Л. Наер считает целесообразным «допустить возможность существования жанров, не закрепленных за каким-то одним стилем» [Наер, 1987, с. 44], и свою точку зрения исследователь обосновывает тем фактом, что исторически жанр формируется раньше стиля. Наконец, была высказана точка зрения, в соответствии с которой жанр и стиль – это категории, в основе которых лежат разные способы абстракции, а следовательно, стиль неправомерно рассматривать как совокупность жанров [Винокур, 1988].

Сам М.М. Бахтин был склонен подчинять понятие функционального стиля жанру, то есть придавать понятию «речевой жанр» статус первичного и более общего: «По существу языковые или функциональные стили есть не что иное, как жанровые стили определенных сфер человеческой деятельности и общения. В каждой сфере бытуют и применяются свои жанры, отвечающие специфическим условиям данной сферы; этим жанрам и соответствуют определенные стили» [Бахтин, 1997, 163–164]. Бесспорно, такая точка зрения отличается очень высокой общностью. Гораздо более правомерным представляется сохранение четкой границы между функциональными стилями и речевыми жанрами в собственном смысле этого слова. Функциональный стиль – это явление более широкое, поскольку функциональный стиль охватывает целую совокупность более частных разновидностей текста, то есть речевых жанров. В то же время эта точка зрения не может быть отвергнута как абсолютно неверная, поскольку любой функциональный стиль соотносится с определенной сферой социального

взаимодействия, а следовательно, предполагает совокупность типичных ролей коммуникантов и типичные же взаимодействия между ними. В частности, принадлежность жанра к функциональному стилю или его подстилю может служить важным дифференцирующим признаком в системном описании речевых жанров конкретной лингвокультуры. Тем не менее этот признак нельзя рассматривать как определяющий. Как заметил Ю.В. Рождественский [Рождественский, 1997], восходящее к Аристотелю деление риторических речей на совещательные, судебные и эпидейктические невозможно на основании стилистических признаков, так как стилистически они практически ничем не отличаются друг от друга. Следовательно, одного стилистического критерия при типологизации жанров недостаточно.

Как самостоятельная лингвистическая дисциплина теория речевого жанра оформилась не так давно, и произошло это под воздействием уже упоминавшейся теории М.М. Бахтина. Известно, что набросок «Проблема речевого жанра» был подготовлен им еще в 1953 году, а впервые опубликован в урезанном виде в журнале «Литературная учеба» [Бахтин, 1978]. Данная работа М.М. Бахтина привлекала внимание специалистов. Однако потребовалось немало времени, прежде чем лингвисты в полной мере осознали лингвистическую ценность работы М.М. Бахтина. И подлинный всплеск интереса к речевому жанру в лингвистическом аспекте пришелся на рубеж веков и во многом был связан с появлением сборников «Жанры речи» [Жанры речи, 1997, 1999, 2002], подготовленных Саратовской лингвистической школой, а также отдельных работ, опубликованных в других изданиях ([Шмелева, 1991, 1995; Гайда, 1989] и др.).

Этапный характер работы М.М. Бахтина заслуживает особого внимания, потому что она в конечном счете и привела к формированию теории речевых жанров. Если ранее категория жанра в рамках лингвистики «работала» главным образом на решение задач функциональной стилистики (ср. приведенное выше определение) и потому играла подчиненную роль, то в настоящее время наблюдается активное выдвижение данной категории на первые роли в лингвистическом анализе. В наши дни речевой жанр – это самостоятельная категория, а теория, в центре которой стоит соответствующее понятие, вбирает в себя результаты самых разных дисциплин. В настоящее время лингвисты активно разрабатывают самые разнообразные способы

осмысления речевого жанра, рассматривая его сквозь призму категорий риторики, лингвистической прагматики, дискурсивного анализа, теории текста, социолингвистики, лингвокультурологии. Категории стилистики в этом отношении также не являются исключением.

Другими словами, это не означает, что интерес к стилистическому аспекту речевого жанра на современном этапе развития отечественной лингвистики исчез или уменьшился. Стилистический аспект по-прежнему остается существенной составляющей теории речевых жанров. Как указывала М.Н. Кожина в относительно недавней работе, посвященной различиям между теорией речевых жанров и теорией речевых актов, отличительной чертой концепции М.М. Бахтина является внимание к стилистическому аспекту [Кожина, 1999, с. 55]. Стилистический анализ «вписан» в теорию речевых жанров как ее важный и даже обязательный компонент, но он не является единственной, довлеющей точкой зрения, с которой в наши дни рассматривается главный объект теории речевых жанров. Например, в настоящее время предпринимаются попытки пересмотреть соотношения между понятиями речевого жанра и стиля (см., например, работу [Орлова, 1997], а также цитировавшиеся выше работы Ю.А. Бельчикова, Т.Г. Винокур, М.Н. Кожиной, В.Л. Наера, в которых отражается современная точка зрения на данную проблему). Это также целесообразно рассматривать как проявление того факта, что теория речевых жанров не «порвала» со стилистикой, но в то же время отказалась от чисто стилистической точки зрения на объект своего исследования и способна выявить более сложные соотношения между стилем и речевым жанром.

Однако нельзя не отметить, что стилистический анализ в рамках современной теории речевых жанров превратился в частную методику, позволяющую более полно описать объект и необходимую для его исчерпывающей характеристики. Причина этого кроется в том, что благодаря классической работе М.М. Бахтина была осознана базовая природа категории речевого жанра для наук, изучающих язык и речевую деятельность. И в наши дни достаточно распространенной является мысль о том, что речевой жанр если не принадлежит к порядку языка (в противоположность речи), то представляет собой промежуточное явление между речью и языком. В частности, некоторые исследователи указывают, что речевые жанры накладывают

ограничения на интерпретацию речевых высказываний, в результате чего интерпретации стандартизируются, а степень неопределенности в коммуникации снижается [Богин, 1997; Федосюк, 1997]. Сам М.М. Бахтин ставил речевой жанр в один ряд с грамматикой и словарным составом языка: «...говорящему даны не только обязательные для него формы общенародного языка (словарный состав и грамматический строй), но и обязательные для него формы высказывания, то есть речевые жанры; эти последние так же необходимы для взаимного понимания, как и формы языка. Речевые жанры, по сравнению с формами языка, гораздо более изменчивы, гибки, пластичны, но для говорящего индивидуума они имеют нормативное значение, не создаются им, а даны ему» [Бахтин, 1997, с. 183]. Подобные оценки обусловлены тем, что речевой жанр естественно осмыслить как модель, образец определенного типа текста. А ведь именно язык является «законом», который устанавливает соответствие между планом выражения и планом содержания единиц его словарного состава, а также правила построения более сложных синтаксических единиц: словосочетаний, предложений и даже текстов.

1.2. АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕЧЕВОГО ЖАНРА

Исследователи неоднократно подчеркивали, что речевой жанр – это многомерное явление. В упомянутом определении М.М. Бахтина речевой жанр трактуется как тип высказывания, представляющий собой устойчивое единство тематических, стилистических и композиционных признаков. Следовательно, М.М. Бахтин выделял как минимум три аспекта, важных для описания и анализа любого речевого жанра. Т.В. Шмелева указала три основных подхода, которые могут использоваться при изучении речевого жанра: лексический (основанный на изучении номинаций речевых жанров), стилистический и речеведческий. Под речеведческим подходом она понимает изучение моделей речевых жанров, а также и описание их функционирования в различных коммуникативных ситуациях [Шмелева, 1997, с. 90–91]. Исследователи также часто указывают на риторический аспект изучения речевых жанров [Анисимова, 1999, 2000, 2005; Антонова, 1998; Сиротинина, 1999; Тумина, 1998].

Обобщая эти точки зрения, можно утверждать, что при рассмотрении конкретного речевого жанра целесообразно выделять четыре наиболее важных аспекта:

- формальный аспект (речевой жанр существует в качестве самостоятельного, завершённого текста либо сегмента дискурса и в силу своей языковой природы обладает некоторыми особенностями: грамматическими, лексическими и стилистическими, а также структурно-композиционными);
- коммуникативно-прагматический аспект (жанр представляет собой устойчивую форму, которая обслуживает коммуникативные нужды носителей языка и соотносится с типичной ситуацией речевого общения);
- содержательный аспект (смысловая сторона речевого жанра);
- когнитивный аспект (речевой жанр является компонентом языковой реальности и языковой картины мира).

Бесспорно, данная классификация может быть оспорена, например, на основании других возможностей в группировке признаков. В частности, формальный аспект может быть разделен на два самостоятельных аспекта: собственно языковой и композиционный. В силу этого данная классификация должна рассматриваться не столько как окончательная, сколько как рабочая. Более того, построение такой классификации представляется затруднительным в силу того, что указанные аспекты взаимодействуют друг с другом и даже находятся в отношениях взаимопроникновения. А следовательно, любые попытки выделить автономные аспекты изучения речевого жанра, в конечном счете, лишь разрушают целостность этого сложного и многоаспектного явления.

Рассмотрим перечисленные аспекты более подробно.

1.2.1. Формальный аспект речевого жанра

Как следует из приведенного выше определения, к формальному аспекту речевого жанра принадлежит любая информация о лексических, грамматических и стилистических особенностях его языкового воплощения, а также его структурно-композиционных признаках.

Значительный вклад в изучение формального аспекта речевого жанра внесла функциональная стилистика. Кроме того, здесь же следует упомянуть работы прикладного характера, которые описывают речевые жанры, функционирующие в различных сферах человеческого общения, в рекомендательном, обучающем ключе. Бесспорно, это многочисленные пособия по переписке, в том числе деловой (например, [Документы и делопроизводство, 1991; Ковтунова, 1999]), а также в условиях межкультурного общения (см., например, [Ступин, 1997]).

Речевой жанр может обладать жесткой схемой построения: «Высокая степень конвенционализации или даже ритуализации языковых действий проявляется в существовании жанровых образцов с относительно схематической и жесткой структурой» [Гайда, 1999, с. 108]. Впрочем, не все речевые жанры обладают одинаково жесткой схемой. Высокая степень жесткости стандарта – это скорее исключение, чем правило, и в любой модели речевого жанра заложены степени свободы, которые позволяют носителям языка строить однотипные тексты по-разному, а также открывают простор для эволюции жанровой модели. Как указывает Е.Ю. Ильинова, «жанры речи присутствуют в когнитивных структурах сознания языковой личности в виде готовых образцов, стереотипов, направляющих процесс текстообразования и декодирования смысла текста. При этом, в зависимости от функциональной зоны и коммуникативной ситуации, различаются жанры регламентированные (форматные) и лингвокреативные (фикциональные), отличающиеся по содержанию и способу представления информации, по степени самовыражения создателя в тексте. В первом случае имеются в виду жестко-регламентированные инварианты речевых произведений институционального и бытового содержания, обслуживающие типовые ситуации социального взаимодействия со специальными прагматическими задачами общения... Смысловую основу институционального текста составляют факты (события) и их логическая интерпретация в рамках социальной системы. Отсюда следует, что смысл, извлекаемый из форматного текста, должен быть однозначным и не допускает интерпретаций... Система литературных текстов строится по законам поэтики и эстетики. В отличие от системы институциональных текстов, организация которых стремится к стереотипности и клишированности, основу жанра литературного составляют такие классические компоненты, как ком-

позиция художественного текста, образуемая сочетанием сюжетов и мотивов, стилевое и тематическое единство (М.М. Бахтин), которые получают творческое развитие при реализации в тексте. Ценностная интерпретация их содержания в рамках жанра (а следовательно, недосказанность и неоднозначность толкования смысла текста) только приветствуются» [Ильинова, 2006, с. 14–15]. К этому рассуждению следует добавить, что в определенных культурных контекстах (вроде контекста художественного модернизма, возникшего в европейской культуре на рубеже XIX–XX вв.) намеренное разрушение жанровой модели становится даже желательным.

Представляется очевидным, что лексико-грамматический и композиционный анализ речевых жанров невозможен без учета коммуникативной ситуации, в рамках которой функционирует тот или иной речевой жанр. Исследователи справедливо обнаруживают связь между жесткостью жанровой модели и сферой общения: «Жанры, характеризующие официальное общение, имеют большую степень конвенциональности и стереотипичности, нежели жанры неофициальной коммуникации» [Компанцева, 2007, с. 182]. Более того, все текстовые признаки «работают» на цели общения; они обусловлены особенностями целей, которые ставит перед собой адресат, и нормами речевой культуры, которые регламентируют взаимодействия между людьми. Таким образом, между текстовым и коммуникативно-прагматическим аспектами речевого жанра нет и не может быть непреодолимой границы, несмотря на то что они несводимы друг к другу.

1.2.2. Коммуникативно-прагматический аспект речевого жанра

Как уже указывалось (см. п. 1.2.2 данной работы), речевой жанр соотносится с речевой ситуацией. В силу этого при его описании могут быть выделены роли отправителя сообщения (адресанта) и получателя сообщения (адресата). В этом отношении представляется показательным тот факт, что в уже неоднократно цитировавшейся и нашедшей широкое признание работе Т.В. Шмелевой «Модель речевого жанра» [Шмелева, 1997] «образ адресанта» и «образ адресата» рассматриваются как важнейшие признаки конкретного жанра речи.

Таким образом, за любым речевым жанром стоит определенная коммуникативная модель, которая является более частной по отношению к модели коммуникации в целом. Рассуждая об обращении как речевом поступке, В.Е. Гольдин пишет, что вступление в любой коммуникативный акт нельзя представить себе без распределения позиций: собственной роли и роли собеседника. В результате он приходит к выводу, что в качестве одного из средств распределения позиций используется обращение: «тем самым мы предлагаем адресату определенный тип общения» [Гольдин, 1997, с. 24].

Естественно, обращение – это лишь одно из многочисленных средств, способствующих правильному и взаимно понятному распределению ролей. Коммуникативные роли, которые мы принимаем на себя в процессе речевого взаимодействия, в значительной степени зависят от самих жанровых форм, которые используются в общении, а также от сферы общения, которая предполагает использование соответствующих жанровых форм. Читатель художественного произведения ведет себя в процессе коммуникации иначе, чем лицо, которое поздравляют с днем рождения; получатель делового письма иначе относится к сообщению, чем получатель частного письма; участник ссоры использует иные речевые тактики и языковые средства, чем участник делового совещания. Подобные различия находят отражение в самых разнообразных аспектах, которые должна систематизировать теория речевого жанра.

С другой стороны, адекватное владение обеими позициями, позицией отправителя и позицией получателя текста, реализующего конкретную жанровую модель, может служить основанием для оценки компетенции конкретного представителя той или иной речевой культуры. Распределение ролей происходит в условиях конкретной коммуникативной ситуации. Речевой жанр, рассматриваемый как модель, такого распределения не предполагает: модель лишь содержит в себе информацию о ролях, которые в реальной коммуникации могут распределиться тем или иным образом. Обсуждая наиболее важные основания когнитивной теории речевого жанра, Е.Ю. Ильинова указывает, что схемы, по которым строятся тексты, принадлежащие к конкретному речевому жанру, «межсубъектны (интерсубъектны), т. к. усваиваются индивидом в процессе его социализации и аккультурации. Интерсубъектность (межсубъектность) обеспечивает еди-

нение (по всей видимости, единство, однородность. – Е.П., Н.Д.) социального поведения, но в то же время сама является результатом этого процесса – процесса, обеспечивающего интеллектуальную и эмоциональную преемственность в границах отдельного социума. С межсубъектностью когнитивных схем связано свойство синреференциальности, которое подразумевает, что референция, содержащаяся в когнитивных моделях поведения, инвариантна и имплицитно разделяется всеми членами общества» [Ильинова, 2006, с. 13]. Модель речевого жанра всегда содержит в себе информацию о «контуре» соответствующей речевой ситуации, на который участник этой ситуации «нанализует» необходимую информацию. В частности, эти рассуждения позволяют объяснить тот факт, что представитель лингвокультуры (при условии, что его речевая компетенция достаточно высока) может одинаково успешно выступать и в качестве отправителя текста, реализующего определенную жанровую модель, и в качестве его получателя. Последнее предполагает умение соответствующим образом декодировать текст, а также реагировать на него (ответной репликой или действием). В любом случае его поведение будет соответствовать неким общим признакам, которые заложены в жанровой модели.

В силу сказанного при анализе конкретного речевого жанра может быть целесообразным построение коммуникативной модели, специфичной для данного жанра. В частности, это может выражаться в выделении коммуникативных ролей, которые отражают роль участника коммуникативного взаимодействия, оформляемого при помощи данного речевого жанра. Что касается, например, поздравления, то в данном случае можно выделить две роли: поздравитель и поздравляемый.

Не следует думать, что в рамках речевого жанра как модели существенную роль играет только отправитель (адресант). Прежде всего, иницируя поздравление, его отправитель предлагает (или даже навязывает) своему собеседнику соответствующую роль – роль поздравляемого. Можно даже утверждать, что эта роль «навязывается» адресату не отправителем, а используемой им жанровой формой. В частности, имея в виду цель типологизации, здесь следует упомянуть такой фактор, как степень, в которой конкретный речевой жанр затрагивает личность и жизненные обстоятельства адре-

сата, получателя сообщения (как конкретной личности). Совершенно очевидно, что личность читателя художественного текста затрагивается лишь в той незначительной степени, в которой он может применить событийный план и ценностные выводы автора данного произведения к самому себе, к своей жизни, к ее обстоятельствам. Речевой жанр поздравления, напротив, имеет к личности и жизненным обстоятельствам адресата самое непосредственное отношение. Точно так же по степени отнесенности к личности адресата стоит различать частные и деловые письма. Последние в этом отношении несут более обобщенную, общезначимую информацию, поскольку часто адресуются конкретному лицу как представителю некоторой организации, а не конкретной личности (см., например, [Покровская, Лобанов, 2007]).

Кроме того, внутри модели конкретного речевого жанра возможны модификации в представлении ролей, которые предлагаются адресату, получателю текста. В этом отношении весьма продуктивной и интересной представляется предпринятая Т.П. Сухотериной попытка выделить типы адресатов поздравления. В частности, подытоживая результаты своей работы, она указывает: «Характеристики адресата рассматриваются по следующим параметрам: способ взаимодействия с автором, характер эксплицированности / неэксплицированности, тип отношений, статусный параметр, возрастной параметр, полость, социологический параметр, психологический параметр. <...> Выделены образы адресата «любимый» («единственный»), «близкий» («дорогой»), «уважаемый»» [Сухотерина, 2007, с. 14]. В данном случае тип адресата речевого жанра – это своеобразная «маска», которую накладывает на своего собеседника и которую вправе выбрать лицо, выступающее в качестве отправителя (естественно, с учетом особенностей отношений между ними). Перечисленные возможности правомерно рассматривать как равнозначные в рамках модели речевого жанра поздравления. И в то же время они задают диапазон возможных модификаций данной модели, то есть степени свободы, которыми обладает адресант поздравления.

Примечательно, что при таком походе компоненты описания речевого жанра, принадлежащие к коммуникативно-прагматическому измерению, не могут быть выделены без опоры на языковые признаки, в отрыве от них. Совершенно очевидно, что образы адресата

«любимый (единственный)» и «близкий (дорогой)» в значительной степени противопоставлены образу «уважаемый», поскольку они предполагают использование различных стилистических регистров, в первых двух случаях – неформального и личностно-окрашенного, в последнем случае – формального и официального. Свести это противопоставление исключительно к социальным и даже коммуникативным основаниям невозможно. Нетрудно представить себе случай, когда адресант, даже находясь в условиях официального общения, имеет возможность осуществить выбор между различными типами адресата, например, между «близкий (дорогой)» и «уважаемый». Первый случай вероятен, если адресант поздравления желает подчеркнуть свое близкое знакомство с адресатом, поставить себя в один ряд с ним. В итоге в одной и той же ситуации мы будем иметь дело с двумя текстами, весьма существенно различающимися в стилистическом воплощении и, в гораздо меньшей степени, в отношении смысловом.

К коммуникативно-прагматическому аспекту речевого жанра можно также отнести и такое явление, как коммуникативная цель. В этом отношении теория речевых жанров максимально близко пересекается с теорией речевых актов. Однако в силу специфики данных единиц лингвистического анализа между ними нет и не может быть абсолютного совпадения.

1.2.3. Содержание как особый аспект речевого жанра

Жанровая форма не всегда определяет содержание жестко, а тем более однозначно. Тем не менее она часто задает более или менее широкий спектр тематических возможностей, которые могут быть при ее помощи реализованы. Достаточно трудно конкретно определить, что представляет собой, например, тема новости. Но событие, не имеющее значения в широком социальном контексте, вряд ли может стать предметом подобного рода высказывания.

Хотя одно и то же содержание очень часто может быть выражено в рамках различных жанров (то есть содержание характеризуется автономией по отношению к жанровой форме), содержательный, тематический аспект речевого жанра нельзя недооценивать.

Для М.М. Бахтина исходной точкой при порождении любого высказывания является замысел, то есть предмет речи. Предмет речи, соответственно, задает предметно-смысловую исчерпанность высказывания, то есть ту «порцию» информации, которая должна быть «выдана», чтобы высказывание было завершенным в смысловом плане. Замысел обуславливает выбор жанровой формы лишь отчасти. Дело в том, что выбор жанровой формы также «определяется спецификой данной сферы речевого общения..., конкретной ситуацией речевого общения, персональным составом его участников и т. п.». В результате этого замысел детерминируется жанровой формой, то есть «слагывается и развивается в определенной жанровой форме», которая как бы подчиняет себе замысел и в определенной степени трансформирует его [Бахтин, 1997, с. 180]. В результате этого взаимного влияния формируются стиль (прежде всего в нормативном понимании этого слова) и композиция. Экспрессивно-стилистический аспект, по мнению М.М. Бахтина, в этом процессе часто стоит особняком, поскольку он выражает «субъективное эмоционально оценивающее отношение говорящего к предметно-смысловому содержанию своего высказывания». Но он тоже оказывает влияние на стиль и композицию высказывания [там же, с. 188].

Исследователи, работавшие в рамках функциональной стилистики, также не отрицали важности фактора содержания при описании жанров. Функциональный стиль соотнесен с определенной сферой общения, в которой действует целый комплекс факторов. Эти факторы носят не случайный, а объективный и системный характер, что в целом объясняется устойчивостью функциональных стилей как особых разновидностей языка. По этой причине «в сфере данного стиля разрабатывается отвечающая ему собственная, относительно замкнутая система функций, соотносимых и взаимодействующих друг с другом» [Васильева 1976, с. 47]. Эти факторы, как правило, и обуславливают использование особых речевых форм. В частности, как указывает в цитируемой работе А.Н. Васильева, в функциональном стиле и его жанровых разновидностях «вырабатывается свой набор актуальных видов информации, определяющий... содержательную специфику... Существенно и такое качество, как *степень концентрации содержания*, а также *характер его организации*» [там же, с. 43–44]. Последний признак однозначно указывает на то, что содержательный

аспект речевого жанра тесно связан с его формальным (структурно-композиционным) аспектом.

Содержательный аспект речевого жанра существенным образом взаимодействует с когнитивным аспектом. В частности, владение моделью конкретного речевого жанра может стать основанием для суждений о том, какое содержание типично для текстов, реализующих данную модель (ср. приведенное в начале данного параграфа рассуждение о смысловой характеристике новости). И уже этот факт свидетельствует о том, что речевой жанр, будучи частью языковой реальности конкретного коллектива, неизбежно подвергается рефлексии, продукты которой концентрируются вокруг соответствующей номинации.

1.2.4. Когнитивный (метаконцептуальный) аспект речевого жанра

Наличие разработанного, достаточно систематичного метаописания в жанровой системе является важным признаком развитого языка. Возможно, с этой точки зрения гораздо более существенным, чем существование или всеобщность метаконцепта, оказывается доступность соответствующих знаний и представлений, то есть сам факт их существования (причем независимо от того, используются ли они в реальной речевой практике подавляющим большинством носителей языка). Именно доступность подобных сведений представляет рядовому носителю языка возможность повысить свою компетенцию в соответствующей сфере речевой практики, как только в этом возникнет необходимость.

С нашей точки зрения, когнитивный компонент речевого жанра включает две наиболее важных составляющих. Во-первых, это номинация речевого жанра, сам смысл которой содержит самые существенные для выделения данного жанра признаки. Во-вторых, это наборы правил и предписаний, которые явно формулируются для тех или иных жанров. Такого рода предписания могут быть собраны воедино (например, в виде явных рекомендаций из писемников или сборников образцов различных документов), но часто высказываются непосредственно в процессе коммуникативного взаимодействия.

Когнитивный аспект частично соответствует лексическому аспекту из классификации подходов к изучению речевого жанра, выделенных Т.В. Шмелевой, поскольку лексический аспект предполагает «обращение к именам жанров, толкованию их семантики» [Шмелева, 1997, с. 91].

Однако Т.В. Шмелева полагает, что исследование «лексического» аспекта фактически является пройденным этапом лингвистики. Оно не отличается особой эффективностью, поскольку «на основе такой лексики нельзя составить полное и адекватное представление о РЖ, хотя бы потому, что одним именем могут обозначаться несколько жанров или их разновидностей и, напротив, один жанр может иметь ряд наименований» [Шмелева, 1997, с. 91]. С мнением Т.В. Шмелевой вряд ли можно не согласиться, но при условии, что речь идет о рассмотрении лексического значения слова. При введении когнитивной перспективы ситуация существенно меняется, поскольку в этом случае лексика языка оказывается прямым путем к языковой картине мира.

Кстати, употребленные выше термины «метакомпонент» и «метаописание» в большей степени соответствуют именно лексическому подходу к номинациям речевого жанра. Термин «когнитивный компонент» в большей степени соответствует рассматриваемому речевому жанру. Тем не менее приставка «мета-» не утрачивает свой значимости, поскольку в данном случае сохраняется направленность языка на сам язык (ср. термин «метаязык», который используется для обозначения языка, применяемого для описания другого языка).

Некоторые исследователи склонны оценивать лексический аспект как очень существенный: «...отнесенность конкретной речевой деятельности к тому или иному речевому жанру определяется способностью носителей языка идентифицировать и назвать его как таковой» [Шмелева, Шмелев, 2002, с. 194].

С последним мнением, высказанным Е.Я. Шмелевой и А.Д. Шмелевым, можно согласиться лишь отчасти. В самом деле, у исследователя нет никаких оснований считать, что естественная типология речевых жанров, представленная соответствующей совокупностью метаязыковой лексики, будет целостной, непротиворечивой и исчерпывающей. В наборе лексем, которые являются номинациями речевых жанров, непременно обнаружатся пробелы, многозначность, от-

сутствие четких границ и аналогичные явления, в целом характерные для лексической системы языка. И ожидать, что соответствующий фрагмент лексической системы языка способен предоставить исследователю исчерпывающую информацию о жанровой системе той или иной культуры, с точки зрения науки опрометчиво. Впрочем, никто не ожидает от обыденного языка научной точности – для выражения научно точной информации существуют терминосистемы, которые специально вырабатывались с учетом требований цельности, непротиворечивости и исчерпывающего характера.

В то же время подобные метаязыковые номинации нельзя не принимать во внимание. По большому счету, именно лексическое значение подобных единиц позволяет сделать содержательные и ценные в научном отношении выводы относительно того, как «видятся» те или иные речевые жанры обычным носителям языка. В некоторых отношениях номинации речевых жанров могут быть основанием для весьма существенных выводов о наиболее значимых параметрах конкретной жанровой модели. Любая номинация уже содержит в себе набор признаков, необходимых для отделения одной категории явлений от всех других категорий.

В силу сказанного гораздо более продуктивной представляется позиция М.Е. Федосюка, который в исследовании номинаций жанров видел начальный этап жанроведческого исследования [Федосюк, 1997, с. 61]. При этом позиция М.Е. Федосюка отличается особой выдержанностью. Так, в другой работе он указывает, что «лексические значения существительных речевой деятельности ориентированы на отражение самых разных характеристик обозначаемых высказываний, а главное, на разные виды интерпретации и оценки этих высказываний наблюдателем. По этой причине список таких существительных ни в коей мере не может быть интерпретирован как перечень речевых жанров данного языка, хотя его с определенными оговорками, очевидно, и можно использовать при построении типологии речевых жанров» [Федосюк, 1997, с. 115]. В самом деле, существительное «вопрос» вполне может использоваться для обозначения речевого жанра, однако это еще и обозначение речевого акта, а также характеристика предложения по его коммуникативной цели (или интонационному контуру). Точно так же «приказ» – это обозначение как речевого акта, так и речевого жанра; «обращение» – обозначе-

ние речевого акта и единицы речевого этикета, и имеются некоторые основания полагать, что обращение речевым жанром в полном смысле этого слова не является.

Как уже указывалось, речевой жанр – это не конкретный текст, а модель построения текста. Следовательно, для теории речевых жанров закономерным оказывается вопрос о том, что представляет собой данная модель. Закономерно рассматривать эту модель как когнитивную схему. Именно так поступает Е.Ю. Ильинова: «Под концептуальным стандартом жанра мы понимаем инвариантную речементальную систему, к которой восходит любой конкретный текст отдельного жанра. Соответствие этому стандарту рассматривается как необходимое условие для отнесения того или иного текста к определенному жанру и условие для поддержания жанровой традиции» [Ильинова, 2006, с. 15].

Сразу же необходимо отметить, что когнитивный аспект речевого жанра в той или иной степени отражает три предыдущих аспекта, то есть представления о языковых и структурно-композиционных признаках, типичном содержании, а также коммуникативной «рамке», в которой данный жанр существует. Однако это не сами указанные признаки, а именно их отражение в сознании носителей языка. Также необходимо учитывать тот факт, что не любая информация о правилах и закономерностях построения текста, реализующего модель речевого жанра, занимает в метакомпоненте одинаково важное место.

Следует различать научные и обыденные представления о том или ином речевом жанре. Научная картина в этом отношении гораздо более подробна и может содержать в себе описательные утверждения, которые не имеют принципиального значения с точки зрения реальной речевой практики. В подтверждение этой мысли можно привести тот факт, что С. Гайда выделяет три аспекта, наиболее существенных с точки зрения существования жанра: это конкретные тексты, в которых жанр воплощается; кодифицированная норма, то есть совокупность запретов и предписаний, и, наконец, жанроведческие описания [Гайда, 1999, с. 105]. Тем самым жанровая норма и жанроведческие описания разводятся, противопоставляются друг другу в силу очевидных различий между ними. Т.В. Шмелева в этой связи пишет: «Лингвистическое жанровое мышление следует... отличать от жанрового мышления носителя как одной из

составляющих его хорошей речи. Если последнее составляют интуитивные представления о жанровых канонах речи, обеспечивающих нормативное продуцирование собственных речевых произведений и адекватное восприятие чужих, то первое можно охарактеризовать как отрефлектированную способность видеть речевую действительность сквозь призму речевого жанра, которая включает такие плоскости видения, как модель жанра во всех его составляющих, реальное речевое произведение – текст – на фоне модели и спектр теоретических интерпретаций и модели, и её реализации» [Шмелева, 2000, с. 123]. Однозначное отождествление жанровой нормы с интуитивными представлениями, из которого исходит Т.В. Шмелева, не представляется совсем правомерным. Тем не менее, совершенно очевидным является тот факт, что жанровая норма в сознании представителя лингвокультуры может существовать (и нередко существует) исключительно в виде аморфных, словесно не оформленных, не подвергнутых рефлексии представлений, которые являются исключительно отражением его опыта восприятия и использования жанровой модели. Но такая ситуация не является ни обязательной, ни единственно возможной.

Метакомпонент речевого жанра лишь отчасти формируется спонтанно. Как пишет Е.Ю. Ильинова, «наличие концептуального стандарта жанра подтверждается доказанным фактом, что читатели владеют интуитивным знанием о нем на уровне когнитивного бессознательного. Знакомство с большим массивом однотипных текстов делает обычного читателя 'наивным литературоведом', способным достаточно точно определить жанровую доминанту» [Ильинова, 2006, с. 15]. Другими словами, правила, которые формируют модель речевого жанра, часто усваиваются представителями языкового сообщества автоматически, в процессе самого общения. Конкретные рекомендации и предписания могут лишь скорректировать этот спонтанный и неизбежный опыт, направить развитие языковой личности, но вряд ли играют центральную роль в формировании жанровой компетенции. Непосредственный речевой опыт, по всей видимости, играет в освоении жанровой модели более существенную роль.

Между лингвистическим описанием речевых явлений и обыденными представлениями существует активный взаимообмен.

С одной стороны, исследователь при создании своих описаний может и должен опираться на общепринятые, в том числе закрепленные представления о речевом жанре. С другой стороны, результаты лингвистического описания могут становиться основанием для практических рекомендаций, направленных на повышение речевой культуры широкого круга носителей языка. И наличие хорошо разработанного и достаточно подробного метакомпонента речевого жанра в значительной степени является заслугой наук языкового цикла. Тем не менее, не стоит забывать, что наука не сводима к практике и решению прикладных задач, у науки имеются свои собственные цели и задачи, которые в определенных отношениях являются самоценными.

Метакомпонент речевого жанра, представленный в первую очередь его номинацией (или номинациями), а также более или менее четко сформулированными правилами построения соответствующего типа текста, представляет собой важный источник при выявлении специфики той или иной лингвокультуры.

1.3. РЕЧЕВОЙ ЖАНР В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ ОСВЕЩЕНИИ

Лингвокультурологический анализ традиционно ориентирован на анализ лексической системы и грамматической структуры языков, а также специфических единиц, которые отражают опыт культуры (прецедентных феноменов, паремических единиц и этикетных клише). Полагаем, что совокупность объектов исследования может быть расширена за счет речевого жанра.

Количество исследований, посвященных данному вопросу, в настоящий момент достаточно невелико. Здесь следует упомянуть работы [Акулова, 2007; Горбачева, 2006; Горбачева, 2009; Дубровская, 2001; Казачкова, 2006; Колоян, 2003, 2006; Коморова, 2005; Косицкая, 2006; Никишина, 2007; Привалова, 2007; Русинова, 2005; Слышкин, 2005; Стрельникова, 2005; Фенина, 2005; Хэнкс, 2007; Царикевич, 2007]. Приведенный перечень, конечно же, не является исчерпывающим, однако количество работ по данному вопросу вряд ли существенно его превышает.

1.3.1. Имя жанра в лингвокультурологической перспективе

Лингвокультурологические аспекты проблемы речевого жанра нетрудно увидеть уже на примере названий речевых жанров. Данный аспект, кстати, является важным для изучения речевого жанра. В частности, как указывает М.Е. Федосюк, изучение названий (номинаций) речевых жанров является начальным этапом жанроведческого исследования [Федосюк, 1997, с. 67]. Однако в данном контексте нас должна интересовать именно лингвокультурологическая перспектива в изучении речевого жанра. А с этой точки зрения важны факты, которые позволяют выявить специфичность речевой практики в той или иной лингвокультуре, в том числе и в рамках сопоставительного анализа.

Ссылаясь на мнение А. Вежбицкой, Е.Я. Шмелева и А.Д. Шмелев отмечают, что система речевых жанров обладает лингвокультурной спецификой. Это проявляется в том, что «набор речевых жанров, выделенных языковым сознанием носителей одного языка, может не совпадать с набором речевых жанров другого языка, поскольку жанры отражают определенный общественно-культурный мир и закодированы в лексических единицах того или иного языка». Исследователи также отмечают целый ряд жанров, специфичных для русской лингвокультуры: это нехарактерные для английского или французского языка названия тост или попрек, а также «советских» речевых жанров, как донос, анонимка или заявление о приеме на работу [Шмелева, Шмелев, 2002, с. 194].

То же касается и речевого жанра анекдота: соответствующие речевые произведения в английском языке квалифицируются как *joke* (шутка), а во французском – как *histoire* или *histoire amusante* (просто история или забавная история) [там же, с. 196]. Другими словами, названия речевого жанра, которое полностью соответствовало бы русскому слову анекдот, в английском и французском языке нет. В силу этого англичане и французы вынуждены пользоваться более общими номинациями речевого жанра. И можно предположить, что жанровая модель анекдота, которая четко сформирована в русской лингвокультуре, отсутствует в английской и французской лингвокультурах.

О. Соломон также рассматривает речевой жанр тоста как специфичный для русской культуры (а также для некоторых других культур, в частности, грузинской) [Solomon, 1999].

Мнение о лингвокультурной специфике речевого жанра на уровне представлений также высказал Г.Г. Слышкин. В частности, он пишет: «На основании метаконцептов носители языка строят собственные речевые действия и прогнозируют действия своих коммуникативных партнеров» [Слышкин, 2004, с. 112]. При этом под «метаконцептом» Г.Г. Слышкин понимает совокупность представлений, которые описывают определенный фрагмент языковой реальности (а не мира, как в случае с концептом).

Бесспорно, опора на понятие «метаконцепт» предполагает более сложную перспективу изучения речевого жанра. Когда речь идет об исследовании названия самого по себе, то исследователь вправе ограничиться изучением лексического значения. Но как только речь заходит о метаконцепте, исследователь уже должен обратиться к более глубокому анализу, чтобы выявить все без исключения представления, которые скрываются за лексемой, рассматриваемой в системе языка и ее многочисленных употреблений. В этом случае исследователь должен остановиться на изучении толкования соответствующего названия, особенностей его сочетаемости, а также функционирования в составе устойчивых выражений. Например, сказка – это не только название речевого жанра, как сказочная может осмысляться жизнь, а слово сказочный в русском языке представляет собой распространенный эпитет, выражающий высшую положительную оценку. Полезным будет изучение типичных ассоциаций, которые вызывает конкретное название речевого жанра у носителей языка. Роман наверняка окажется «толстым», он может быть «скучным» и «интересным», «любовным», «детективным» и «фантастическим». Наконец, изучение метаконцепта обязывает исследователя обратиться к нормативным описаниям речевого жанра, которые предписывают носителям языка, «как надо» и «как нельзя» говорить или писать. Другими словами, изучение метаконцепта всегда предполагает фиксацию целой совокупности смыслов, которые входят в представление о речевом жанре. В процессе исследования может оказаться, что данная номинация является ключевым словом данной культуры, то есть «может служить своего рода ключом к пониманию каких-то важных

особенностей культуры народа, пользующегося данным языком» [Шмелев, 2002, с. 11]. Впрочем, для номинации речевого жанра такое положение вряд ли типично, хотя приведенные выше примеры (вроде анекдота и тоста), по всей видимости, позволяют сделать вывод, что подобный статус для названий жанров не исключен.

Естественно, сам по себе лексический или даже когнитивный анализ не может дать исчерпывающей и абсолютно объективной информации. Ведь речевой жанр – это тип текста, который реализуется во множестве конкретных текстов. На основе одной лексики нельзя составить полное и адекватное представление о речевом жанре только потому, что «одним именем могут обозначаться несколько жанров или разновидностей, или один жанр может иметь ряд наименований» [Шмелева, 1997, с. 90]. Впрочем, препятствия эти, как правило, преодолимы. В случае анализа многозначных номинаций исследователь всегда в состоянии выделить одну. Наличие у речевого жанра нескольких наименований тоже может служить важным моментом для выводов о статусе речевого жанра в лингвокультуре. Почему данная лингвокультура не выработала одного, общепринятого наименования? Совпадают ли имеющиеся наименования абсолютно или только частично? Если да, то каким образом они соотносятся? Какие аспекты (отличительные черты, существенные признаки) речевого жанра закрепляются каждым из наименований? Все эти частные факты могут стать основанием для выводов о функционировании речевого жанра в конкретной лингвокультуре.

1.3.2. Задачи лингвокультурологического исследования речевых жанров

К каким наиболее важным выводам может привести изучение речевых жанров в лингвокультурологической перспективе? Для ответа на этот вопрос целесообразно спроецировать некоторые выводы лингвокультурологии на сферу изучения жанровых систем различных лингвокультур.

Во-первых, неизбежно существование речевых жанров, специфичных для некоей конкретной лингвокультуры; о некоторых из них уже было вкратце сказано выше. По всей видимости, количество та-

ких речевых жанров достаточно невелико. Но внимание к ним наверняка позволит выявить специфику конкретной лингвокультуры. И аналогия между такими культуроспецифичными речевыми жанрами и концептами-лакунами очевидна.

Во-вторых, соотносительные речевые жанры различных лингвокультур могут обнаруживать существенные расхождения в формально-композиционных, смысловых (тематических) и/или коммуникативно-прагматических аспектах своей реализации. Подобные различия неизбежно должны толковаться с точки зрения специфичных для данной культуры ценностей, которые отражены как в речевой практике, так и в представлениях носителей данной культуры. Речевой жанр – это один из путей изучения ценностей лингвокультуры «в действии», в их реализации на практике, причем под практикой в данном случае следует понимать практику речевую, коммуникативную.

Многие исследователи, анализируя речевые жанры, подчеркивают, что их выводы так или иначе несут отпечаток национальной специфики. Вот как комментирует свои выводы А. Вежбицкая: «Речевые жанры, определения которых я здесь пыталась очертить, – это жанры польские, жанры, выделенные польским языковым сознанием, отражающие польский общественно-культурный мир, кодифицированные в польских лексических единицах» [Вежбицкая, 1997, с. 103].

Сопоставление возможно только там, где изначально имеется нечто общее; когда такое основание отсутствует, сопоставление оказывается невозможным. Как пишет В.Н. Ярцева, «одной из центральных задач контрастивного анализа должно быть избрание исходной меры сопоставления того, что могло бы быть названо точкой отсчета различий между языками или базой контрастивного сравнения» [Ярцева, 1981, с. 30]. Эта простая мысль позволяет поставить два вопроса. Во-первых, какова мера, которая позволяет говорить о сходстве двух речевых жанров, выработанных разными лингвокультурами?

Второй вопрос можно сформулировать следующим образом: какова природа этого сходства? Можем ли мы говорить о том, что имеем дело с одним речевым жанром, который по-разному воплощается в двух или более лингвокультурах, или же это разные речевые жанры, которые в силу своего сходства могут рассматриваться как эквивалентные или соотносительные? Этот вопрос не кажется совершенно

безразличным для контрастивного исследования речевых жанров. В конечном счете, изучение просьбы в каком-нибудь экзотическом языке может оказаться навязыванием языковому и речевому материалу схем, принадлежащих к лингвокультуре исследователя. В более широкой перспективе детального исследования заслуживает вопрос о том, могут ли хотя бы некоторые речевые жанры считаться культурными универсалиями, то есть устойчивыми формами, которые реализуются в любой лингвокультуре.

В связи с такими высказываниями разумным представляется вопрос о том, какие именно факторы приводят к появлению близких, соотносительных речевых жанров в рамках разных лингвокультур. В общем можно предложить следующую классификацию таких факторов:

- 1) коммуникативные универсалии, то есть общечеловеческие коммуникативные потребности, обусловленные общими законами социальной жизни;
- 2) влияние одной культуры на другую, в результате которой происходит заимствование одной культурой жанровой модели другой культуры (этот процесс в целом аналогичен заимствованию лексической единицы);
- 3) общие исторические корни двух лингвокультур;
- 4) «совместная выработка» жанровой модели в процессе взаимодействия культур. Как правило, в этом случае целесообразно ожидать, что речевой жанр появляется в качестве реакции на новые формы социальной и культурной жизни одновременно в нескольких культурах, где он получает более или менее самостоятельное развитие. Впоследствии «находки» каждой из культур могут заимствоваться в процессе межкультурной коммуникации, осваиваться и переосмысливаться в процессе использования и т. д.

Последний вариант, по всей видимости, реализуется в таком речевом жанре, как каталог моды. Ф.Л. Косицкая, анализируя данный жанр в разных культурах, исходит из того, что каталог моды «является результатом интернациональной, межкультурной, межэтнической кооперации, и поэтому каждый национальный каталог имеет общие интернациональные черты. Общность определяется также единством макроцели. Своеобразие каталогу придают его национальный «колорит», его этническая «принадлежность»» [Косицкая, 2006, с. 103]. В со-

временных условиях подобные сценарии возникновения и развития речевого жанра представляются все более и более вероятными.

Целесообразным представляется рассмотрение вопроса о том, каким образом стереотипы и скрытые установки национальной картины мира взаимодействуют с жанровыми моделями, что в перспективе позволит сделать выводы о механизмах формирования и функционирования жанровых моделей. И в этом плане исследователя ждет немало открытий, которые касаются форм проявления культурных установок в речевой практике. Кстати говоря, вопрос о том, каким образом культурные установки реализуются именно в речевой практике, до сих пор не получил полноценного освещения.

Глава 2

Речевой жанр поздравления в русской и американской лингвокультурах

2.1. ПОЗДРАВЛЕНИЕ В РУССКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ

Анализ когнитивного компонента (метакомпонента), отражающего представления лингвокультуры о том или ином речевом жанре, бесспорно, может служить основанием для выявления различий между лингвокультурами. Более того, такой анализ является одним из наиболее существенных источников информации о том, каким образом представители той или иной лингвокультуры видят конкретный речевой жанр. Речевой жанр поздравления, конечно же, с этой точки зрения не является исключением. Однако в рамках данной главы мы остановимся на выявлении тех моментов, которые можно считать общими для русской и американской лингвокультур.

В словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой слово *поздравление* толкуется через отсылку к мотивирующему глаголу *поздравить* – ‘приветствовать по случаю чего-нибудь приятного, радостного’ (с иллюстрациями *поздравить с праздником, поздравить с днем рождения*) [Ожегов, Шведова, 2005]. В словаре под редакцией Т.Ф. Ефремовой у лексемы *поздравление* выделяется два значения: 1) ‘приветствие по случаю чего-л. радостного, приятного (дня рождения, юбилея и т.п.)’ и 2) ‘текст, содержащий такое приветствие’ [Ефремова, 2001]. Аналогичное определение находим и в Малом академическом словаре, где

существительное *поздравление* толкуется как 'письменное или устное приветствие по какому-л. радостному, приятному и т. п. случаю' [Словарь русского языка, 1999].

Использование при толковании лексемы *поздравление* слова «приветствие» вряд ли можно считать совершенно удачным. Согласно одному из толкований, *приветствие* – это 'обращение к кому-л. при встрече с выражением дружелюбия, доброжелательства' [Ожегов, Шведова, 2005]. Другими словами, этот речевой акт связан с началом взаимодействия, используется при встрече; в некоторых случаях может быть всем содержанием конкретного взаимодействия между знакомыми людьми.

Поздравление как речевой акт далеко не всегда произносится при встрече. В самом деле, с точки зрения этикета поздравление может заменять обычное приветствие (*Здравствуйте! Добрый день!* и т. д.) при условии, что коммуниканту известно о том, что в жизни другого человека, если выражаться в духе А. Вежицкой, «произошло что-то хорошее». И в России, и в Америке фразы *С Новым годом!* и *Happy New Year!* функционируют именно как праздничные приветствия.

Тем не менее однозначная привязка к моменту встречи, которая обнаруживается в приведенных ранее толкованиях, не представляется правомерной. Бесспорно, когда человек встречает друга или знакомого и ему известно, что в жизни этого человека произошло что-то важное или просто имеется повод для поздравления, соответствующие фразы будут высказаны в самом начале беседы. Это обусловлено важностью, существенностью подобных поводов. Но поздравление как речевой акт может быть высказано в процессе коммуникативного взаимодействия (например, если одному из коммуникантов в процессе общения становится известно, что в жизни его собеседника произошло какое-то важное событие). В рамках письменного общения, главной целью которого не является поздравление, соответствующий речевой акт естественно поместить не только в начале, но и в конце текста. Допустимо и его расположение в середине письма. Более того, поздравление может быть самостоятельным компонентом диалогического дискурса. В частности, во время торжеств их участникам представляется очередность для того, чтобы они могли высказать свои поздравления по поводу «виновника торжества». Во всех этих

случаях привязки к моменту встречи или началу коммуникативного контакта нет.

В силу сказанного представляется гораздо более точной дефиниция из словаря под ред. Д.Н. Ушакова, где существительное *поздравление* толкуется как *‘действие по глаголу поздравить’*, а данному глаголу приписывается значение *‘выразить кому-чему-н. чувство радости, приветствовать в связи с каким-н. приятным случаем или событием’* (с иллюстрациями *поздравить с успехом, поздравить с наградой, поздравить с праздником, поздравить с победой, поздравить с днем рождения*) [Толковый словарь русского языка]. Это толкование учитывает возможность и типичность «поздравления-приветствия», но в то же время не связывает поздравление с приветствием так же однозначно, как предыдущие дефиниции.

Какие наиболее важные компоненты можно выделить в этих толкованиях?

Прежде всего, поздравление – это речевой акт, то есть действие, осуществляемое при помощи слов. О речевой и даже текстовой природе поздравления, в частности, свидетельствует второе значение слова *поздравление*, выделяемое в словаре под редакцией Т.Ф. Ефремовой (*‘текст, содержащий приветствие’*).

Данный речевой акт, естественно, предполагает наличие адресанта и адресата. Последнее утверждение является тривиальным, а потому должно быть дополнено указанием на характер взаимодействий между двумя сторонами коммуникативного взаимодействия. И с этой точки зрения очевидно, что суть поздравления заключается в выражении адресантом положительных чувств, вызванных некоторым событием в жизни адресата или связанных с этим событием. Таким образом, мы переходим к еще одному важному компоненту коммуникативной ситуации, в которой реализуется поздравление, – к поводу; существенные уточнения особенностей поздравления будут даны ниже в связи с обсуждением коммуникативно-прагматических характеристик данного речевого жанра.

В приведенных толкованиях обращает на себя внимание описание повода для поздравления. Он характеризуется как «что-то радостное и приятное». В данном контексте существенным представляется предельно общее понимание термина «повод», под которым понимается событие в самом широком смысле. Это замеча-

ние является существенным по той причине, что в русской и американской лингвокультурах повод для поздравления толкуется по-разному. В иллюстрациях, которые мы обнаруживаем в словарях, в русской языковой картине мира повод осмысливается как праздник, день рождения, юбилей, то есть знаменательная дата. И в данном случае русская лингвокультура проявляет собственную специфику, которую можно увидеть, сопоставив с толкованиями эквивалентов, используемых для обозначения данного речевого жанра в английском языке. Однако на этом вопросе мы подробно остановимся в главе 3 данного исследования в связи с обсуждением различий между функционированием речевого жанра поздравления в русской и американской лингвокультурах.

Эта схема, включающая адресанта и адресата и указывающая на характер взаимодействия между ними ('адресант выражает свои положительные чувства по поводу события в жизни адресата') в полной мере применима к англо-американской языковой картине мира. В данном контексте, то есть при выявлении общего, что стоит за жанровой моделью в разных лингвокультурах, четкое противопоставление американской и британской картин мира не представляется существенным.

Так, в Pocket Oxford Dictionary слово 'congratulation' толкуется через отсылку к глаголу congratulate, которому приписывается значение 'express pleasure at the happiness, good fortune, or excellence of (a person)' ('выражать удовольствие по поводу счастья, удачи или превосходных качеств некоего лица'). В словаре Longman тот же глагол толкуется несколько иным образом, в некоторых отношениях более подробно: 'to tell someone that you are happy because they have achieved something or because something nice has happened to them' ('сказать кому-либо о своем счастье в связи с тем, что этот человек достиг чего-то или потому что в его жизни случилось нечто приятное'). Существительное congratulation в том же словаре толкуется как 'words saying you are happy that someone has achieved something' ('слова, сообщающие о счастье по поводу того, что кто-то достиг чего-то').

Таким образом, анализ фрагмента языковой картины мира, описывающего речевой жанр поздравления в русской и американской лингвокультурах, позволяет выделить следующие компоненты, су-

щественные с точки зрения восприятия соответствующей жанровой формы:

- 1) наличие адресанта и адресата, которые связаны особым отношением, предполагающим радость адресанта в связи с неким событием в жизни адресата. При этом адресат в той или иной степени совпадает с объектом (референтом) поздравления, поскольку повод для поздравления затрагивает его личность,
- 2) повод для поздравления, то есть некоторое положительным образом оцениваемое событие, которое оценивается как важное, существенное и представляет собой тему поздравления.

В совокупности описанные признаки, определяемые триадой «поздравляющий – поздравляемый – повод», являются общими для русской и английской лингвокультур. Следовательно, их наличие может служить основанием для утверждения о том, что речевой жанр поздравления представлен как в русской, так и в английской лингвокультуре. Данную триаду целесообразно принять в качестве точки отсчета для дальнейшего исследования.

2.2. СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ЖАНРА «ПОЗДРАВЛЕНИЕ» В РУССКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

2.2.1. Повод для поздравления

Одно из важнейших различий между русскими и американскими поздравлениями заключается в том, что американские поздравления в целом характеризуются более персонализированными, а русские – менее персонализированными поводами.

Исследователи уже отмечали тот факт, что расхождения в поводах – важный признак лингвокультурной специфики жанра поздравления. В частности, Дж.Л. Мей пишет: «...в некоторых культурах люди могут поздравлять друг друга с приобретением таких материальных объектов, как новая машина, модная одежда и т. д. В Америке принято поздравлять людей с получением новой работы, достижением цели, выигрышем в лотерею... В Дании хорошим тоном считается поздравить человека с новой машиной или аналогичным приобретением» [Мей, 1993, р. 341].

2.2.1.1. Повод для поздравления с точки зрения словарей

Выше уже рассматривались толкования существительных *поздравление* и *congratulation*, а также глаголов *поздравлять* и *to congratulate*. Однако это делалось в связи с необходимостью выявления общего в толковании номинаций речевого жанра. В контексте обсуждения вопроса о лингвокультурных особенностях поводов для поздравлений целесообразно снова вернуться к этому материалу.

Для начала рассмотрим определения глагола *to congratulate*, взятые из толковых словарей американского варианта английского языка. В данном случае следует обратить внимание не только на важные составляющие толкований (описание сущности речевого акта и повода для его совершения), но и на примеры, при помощи которых значения данного глагола иллюстрируются. Цель таких иллюстраций заключается в приведении примеров типичных употреблений. Бесспорно, иллюстрации в таких случаях часто подбираются интуитивно, однако это не отменяет того факта, что сами по себе они могут быть показательными с точки зрения лингвокультурных особенностей.

Таблица 2.1.

Глагол *to congratulate* как обозначение коммуникативного действия по данным американских словарей

Словарь	Характеристика поздравления как коммуникативного действия	Повод для поздравления	Примеры
Collins	1) to tell someone that you are happy 'говорить кому-либо, что вы счастливы'	because they have achieved something or because something nice has happened to them 'потому что они достигли чего-то или что-то хорошее случилось с ними'	She congratulated me warmly on my exam results 'Она сердечно поздравила меня с результатами на экзамене'
	2) congratulate yourself (on): to feel pleased and proud of yourself 'поздравить себя (с): чувствовать себя довольным и гордым'	because you have achieved something or something good has happened to you 'по причине того, что вы совершили что-то или нечто хорошее случилось с вами'	I congratulated myself on my good fortune 'Я поздравил себя с удачей'

Random House Webster's Unabridged Dictionary	1) to express pleasure to a person 'выразить удовольствие кому-либо'	on a happy occasion 'по поводу радостного случая'	
	2) to express sympathetic joy or satisfaction 'выразить благожелательную радость или удовлетворение'	at an event 'по поводу события'	
Merriam-Webster	1) to express sympathetic pleasure 'выразить доброжелательное удовольствие'	at an event 'по поводу события'	–
	2) to express vicarious pleasure to a person 'выразить вместо кого-либо удовлетворение'	on the occasion of success or good fortune 'в связи с успешным делом или удачей'	graciously congratulated the winner

Как указывается в словаре Merriam-Webster, глагол *to congratulate* имеет также устаревшее значение, соответствующее основному значению глаголов *to greet* и *to salute*, то есть 'приветствовать'. В связи с этим необходимо отметить, что клише типа *Happy New Year* и *Happy birthday* с точки зрения своей формальной структуры могут рассматриваться не столько как поздравления, сколько как приветственные формулы. Это нисколько не отрицает того факта, что данные формулы типично функционируют в составе поздравительных текстов, поскольку более или менее развернутый поздравительный текст всегда начинается с приветствия. Другими словами, англо-американские формулы с грамматической и прагматической точки зрения могут выступать и в качестве контекстно-обусловленного приветствия (которое произносится в день соответствующего праздника), и в качестве вступительной формулы-обращения в тексте, который приурочен к данному празднику.

Однако с этой точки зрения англо-американские формулы отличаются от русских, которые несут в себе чисто грамматический след поздравительности. На это указывает предлог «с» в начале таких формул: *С Новым годом! С днем рождения! С Международным женским днем!* и т. д. Данный предлог является указанием на пропущенный глагол-сказуемое: *С Новым годом! = Поздравляю с Новым годом!* Английский глагол *to congratulate* требует при себе дополнения с предлогом *on*, а

потому если бы англо-американские формулы были чисто поздравительными, то они имели бы вид *On happy birthday*, *On happy new year*.

Обращает на себя внимание также тот факт, что в американских толкованиях и иллюстрациях данных толкований праздники как повод для поздравления вообще не фигурируют, хотя англичане и американцы поздравляют друг друга и с днем рождения, и с Новым годом. Как будет показано далее, словарные дефиниции не позволяют в полной мере выявить существенные различия между толкованием глагола *to congratulate* и пониманием соответствующего коммуникативного действия в английской и американской лингвокультурах. Приведем в качестве примера следующие толкования из британских словарей.

Таблица 2.2.

Глагол *to congratulate* как обозначение коммуникативного действия по данным британских словарей

Словарь	Характеристика поздравления как коммуникативного действия	Повод для поздравления
Pocket Oxford	express pleasure 'выражать удовольствие'	at the happiness, good fortune, or excellence of (a person) 'по поводу счастливого случая, удачи или совершенства (некоего человека)'
Cambridge	to praise someone and say that you approve of or are pleased 'хвалить кого-либо и говорить об одобрении или радости'	about a special or unusual achievement 'по поводу особого или выдающегося успеха данного лица'

Как видно из табл. 2.2, различия между американскими и британскими толкованиями не носят принципиального характера. Обращают на себя внимание лишь расхождения частного порядка. В «Pocket Oxford Dictionary» упоминается совершенные качества человека как повод для поздравления, и такое упоминание отсутствует как в американском определении, так и в определении из Кембриджского словаря. Что касается последнего источника, то в нем повод для поздравления ограничивается успехом и даже достижением (*achievement*). Данное определение выводит за пределы поводов для поздравления не только праздники, но и простую удачу, то есть счастливые, благоприятные случайные события, которые человек не способен контролировать.

Теперь перейдем к толкованиям глагола *поздравить*.

Таблица 2.3.

Глагол поздравлять как обозначение коммуникативного действия по данным русских словарей

Словарь	Поздравление как коммуникативное действие	Повод для поздравления	Пример
Ожегов, Шведова	приветствовать	по случаю чего-нибудь приятного, радостного	Поздравить с праздником, поздравить с днем рождения
Ефремова	приветствовать кого-л.	по случаю чего-л. радостного, приятного	Поздравление по поводу дня рождения, юбилея
Словарь под ред. Евгеньевой	приветствовать	по случаю чего-л. радостного, приятного (дня рождения, юбилея и т.п.)	Послать поздравление с днем рождения; Пошли приветы, поздравленья; Татьяна всех благодарит (Пушкин), Воробьев целый день принимал поздравления (Кетлинская)
Ушаков	Выразить кому-чему-н. чувство радости, приветствовать	в связи с каким-н. приятным случаем или событием.	Поздравить с успехом / с наградой / с праздником / с победой / с днем рожденья.

При сопоставлении данных, почерпнутых из словарей, сразу же бросается в глаза тот факт, что в русской лингвокультуре акцент делается на знаменательных датах (праздниках и важных событиях), тогда как в американской лингвокультуре – на то, что связано с личностью, ее действиями и, шире, жизнью. Но, как уже указывалось, в действительности словари не отражают реальное положение в полной мере. По крайней мере, это справедливо для характеристики американской лингвокультуры, где поздравление с праздниками (как личными, так и общенациональными) играет важную роль.

С учетом выводов, к которым пришла А. Вежицкая в работе «Русский язык» [Вежицкая, 1996], естественно было бы предположить, что причина этого различия кроется в более выраженной агентивной ориентации английского языка (и его американского варианта, в частности). Однако, как показывает проанализированный материал, момент личного достижения при анализе повода для поздравлений вряд ли должен акцентироваться, поскольку американская картина

мира не исключает того, что повод для поздравления может быть связан с волей случая (ср. *good fortune* ('удача'), и *something nice has happened* ('случилось что-то приятное') в приведенных выше толкованиях). В силу этого указанное различие нуждается в дополнительном осмыслении и уточнении. Осмысление указанных фактов с опорой исключительно на оппозицию «агентивность/пациентивность» не кажется абсолютно адекватным и правомерным, а потому данное различие требует иного, более точного описания.

Представляется, что это различие опирается на связь с личностью. Какие признаки повода для поздравления могут быть выделены в английских толкованиях существительного *congratulation*? Суммируя приведенные выше определения, можно утверждать, что это действия лица, а также события, имевшие место в его жизни (в том числе и случайные). Если сопоставить такое суждение с толкованиями русского существительного *поздравление*, то станет очевидным, что на уровне словаря повод для поздравления в русской культуре предстает как менее личный, более обобщенный. Как будет показано далее, русские точно так же поздравляют своих соотечественников с достижениями. Однако языковые примеры, которые приводятся в словарях в качестве иллюстраций, однозначно указывают на тот факт, что типичный повод для поздравлений у русских – это все-таки знаменательная («круглая») дата или календарный праздник.

Для американской лингвокультуры в большей степени, чем для лингвокультуры английской, характерно поздравлять с праздниками. В частности, Н.И. Формановская и С.В. Шевцова обращают внимание на тот факт, что «английский речевой этикет предусматривает поздравления, в строгом смысле этого слова, по случаю бракосочетания, дня рождения, победы в спортивных соревнованиях и другим сугубо семейным и личным поводам. Не принято поздравлять друг друга с официальными праздниками (День независимости, день рождения королевы и т. д.) или днями торжеств, установленными в честь или память кого-либо. Обмениваются поздравлениями и пожеланиями лишь на Рождество, Новый год» [Формановская, Шевцова, 1990, с. 34]. В американской лингвокультуре поздравления с официальными праздниками гораздо более распространены, о чем можно судить на основании деловой разновидности поздравительного письма.

Н.Ю. Бусоргина описывает реальную практику поздравлений в американском деловом общении: «...кроме очевидных Рождества, Нового Года и Пасхи, деловые люди могут поздравить друг друга или своих клиентов с Днем благодарения, Днем Независимости, Днем Матери и Днем Отца, а также Днем рождения Линкольна или Вашингтона. Для различных компаний некоторые праздники имеют особое значение, и письмо может быть написано не только для поддержания доброжелательных отношений с клиентами, но и для предложения своих услуг. Предприятие, торгующее цветами, воспользуется наступающим Днем Матери, а для продавца спортивных товаров 4 июля является одним из периодов самой оживленной торговли. Страховая компания имени Линкольна обязательно поздравит клиентов с Днем Рождения Линкольна. Иногда поздравление может сопровождаться небольшим подарком, например, издательство прилагает к письму расписание футбольных матчей в данном штате» [Бусоргина, 2006 б, с. 5].

Таким образом, различия между американской, английской и русской лингвокультурами в самом общем виде в плане поводов для поздравлений можно сформулировать следующим образом. В американской лингвокультуре поводом для поздравления может служить как событие личного плана, так и праздник, причем это характерно как для частных, так и для деловых, официальных отношений. Английская лингвокультура в этом отношении отличается от американской, поскольку в ней более сильный акцент делается на личной жизни поздравляемого («в ущерб» праздникам и знаменательным датам, существенным в данной культуре). Русская лингвокультура по сравнению с английской и американской в гораздо большей степени ориентирована на праздники как поводы для поздравлений. В этом отношении русские традиции имеют достаточно много точек пересечения с американскими, но максимально отличаются от английских.

2.2.2. Типология поводов для поздравлений

Вопрос о типологии поводов для поздравлений нуждается в дополнительном рассмотрении. Подобные типологии уже существуют, причем, как правило, в их «наивной», обыденной разновидности. Эти типологии широко применяются в различных пособиях, посвящен-

ных поздравлениям, а также на Интернет-сайтах, которые предлагают пользователям образцы поздравительных текстов. Естественно, такие типологии не преследуют научных целей, их основное предназначение заключается в том, чтобы облегчить пользователю или читателю ориентацию в материале и обеспечить возможность быстрого поиска необходимых текстов. Подобные типологии практически не опираются на обобщения и нередко состоят из естественных категорий: «Поздравления с днем рождения», «Поздравления с Новым годом», «Поздравления с 8 Марта» и т. д. Вообще подобная типологизация представляется естественной и удобной, что и предопределяет ее популярность в условиях развитой речевой культуры. Как пишет Н.Ю. Бусоргина, «для англоязычной лингвокультуры, под которой понимается как британская, так и американская, характерно моделирование речевых жанров, позволяющее носителям этой лингвокультуры успешно общаться. Примером могут служить пособия по практической риторике типа “How to Say It Best” (Как сказать это наилучшим образом) с характерным подзаголовком: «Слова, выражения и образцы речей на все случаи жизни»... Эти «случаи жизни» включают дни рождения, свадьбы, юбилеи (людей и организаций), поздравления, вручение и получение наград и почестей, деловые встречи, благотворительные мероприятия, похороны, торжественные открытия, уход на пенсию, встречи выпускников, кризисные ситуации» [Бусоргина, 2006 б, с. 1] (ср. [Бусоргина 2006, с. 144]).

Тем не менее правомерным представляется вопрос о типологии поздравлений, которая была бы не только научной, но и собственно лингвистической, то есть опиралась на значимые языковые и коммуникативно-прагматические критерии. Этот вопрос, насколько можно судить по научной литературе, до сих пор так и не был решен.

Е.В. Вдовина [Вдовина 2007] выделяет три категории праздников, неотъемлемой частью которых являются поздравления и пожелания:

- 1) события, связанные с адресатом опосредованно, – поздравления с праздниками, принятыми в данном обществе;
- 2) события, непосредственно связанные с адресатом, – поздравления с днем рождения, со свадьбой и т. п.;
- 3) праздники православной церкви.

Представляется очевидным, что эта классификация имеет дело с поводами для поздравлений, которые подвергаются обобщению,

в результате чего мы имеем дело с небольшим набором групп. Однако данная классификация представляется совершенно неудовлетворительной по целому ряду причин.

1. Прежде всего, не совсем понятно, на каких основаниях противопоставляются и разводятся по разным группам «праздники, принятые в данном обществе» и «праздники православной церкви». Дело в том, что и те и другие праздники целесообразно квалифицировать как «праздники, принятые в данном обществе». Связи между конкретным обществом (как социальным организмом) и конфессиями достаточно сложны. Между обществом и конфессией нельзя поставить знак равенства, хотя определенная религиозная сила может играть в конкретном обществе роль ведущей (ср. понятия государственной и национальной религии). Тем не менее совершенно очевидно, что процессы миграции и глобализации ведут к постепенному возрастанию разрыва между государством, нацией и религией и повышением уровня разнообразия возможных связей.

Можно было бы предположить, что, выделяя первую и третью категории, автор исходит из разграничения светских и религиозных праздников. Однако в этом случае остается необъяснимым, почему из числа религиозных исключены праздники других конфессий – в частности, неправославных христиан. Следует также отметить, что католическое Рождество, день св. Валентина по своему происхождению являются католическими. Но эти даты пользуются популярностью среди широких слоев жителей нашей страны. Более того, в силу происхождения и реальной практики эти праздники не так легко однозначно квалифицировать как светские или религиозные: несмотря на свое религиозное происхождение, они во многом утратили свою культовую функцию.

2. Не совсем удачной представляется формулировка «праздники, принятые в данном обществе». Дело в том, что празднование дней рождения, свадеб и аналогичных событий также закреплено традицией. С этой точки зрения подобные события также правомерно отнести к категории «праздников, принятых в данном обществе». Более того, в каком-то смысле любой повод для поздравлений в той или иной степени закреплен культурой и традицией. Даже поздравляя человека с победой на соревнованиях, покупкой

квартиры или повышением по службе, мы поступаем так, как предписывает культура, и воспроизводим соответствующую социальную норму. Нетрудно заметить, что, несмотря на наличие в разных культурах такого феномена, как поздравление, поводы для поздравлений могут весьма существенно различаться (см. приведенные выше толкования из русских и английских словарей, а также высказывание Дж.Л. Мея). Это обусловлено тем, что поздравление представляет собой социальную практику, которая имеет собственные цели и функции не только в межличностном взаимодействии, но и на социальном уровне. Тем не менее события вроде дней рождения или годовщин свадьбы чем-то существенно отличаются от всеобщих светских праздников (Новый год, 8 марта, 23 февраля), а тем более от праздников религиозных. По всей видимости, более удачным в данном случае было бы наименование «общенациональные праздники».

Впрочем, классификацию Е.В. Вдовиной неправомерно считать совершенно неверной. Скорее, она отражает специфику определенной коммуникативной среды, из которой автором классификации были почерпнуты материалы для исследования. И есть основания полагать, что эта классификация была построена в результате обобщения эмпирического материала, на основании которого было выполнено исследование, а потому не может претендовать на статус объективной, достаточно абстрактной и вследствие этого всеобщей классификации поздравлений. Более того, сама по себе эта классификация является культуроспецифичной и может служить основанием для выводов о специфике русской культуры (а точнее, культуры этнических русских).

Мы предлагаем следующую классификацию поводов для поздравлений:

- 1) персональные поводы, которые имеют отношение к конкретному человеку и выделяют его из массы остальных людей, к ним относятся как уникальные, неповторимые события (защита диссертации, приобретение машины или квартиры), так и закрепленные традицией значимые даты (день рождения);
- 2) групповые поводы, которые затрагивают жизнь семьи, организации, сообщества и т. д., то есть любой общности, которая по своему объему меньше лингвокультурной общности (допускается

большой разброс в характеристиках группы с точки зрения численности ее членов);

- 3) общие поводы, которые объединяют всех представителей лингвокультурной общности. Эту разновидность необходимо дополнить еще одним делением, которое различает:
- поводы не взаимные, связанные с социальной ролью (8 марта, 23 февраля в России; День Матери, День Отца в Америке),
 - поводы взаимные, не зависящие от социальной роли (Новый год, Рождество, Пасха).

Прокомментируем данную классификацию. Этот комментарий необходим, поскольку без него остаются недостаточно ясными именно лингвистические (прежде всего, коммуникативные) основания для выделения поводов.

Любой повод для поздравления определенным образом «организует коммуникативное пространство» и предсказывает тип отношений между членами лингвокультуры. В случае с персональным поводом в центре внимания оказывается один единственный человек, который празднует день рождения, поступил в университет, вышел на пенсию, получил престижную премию и т. д. И в подобной ситуации естественно ожидать, что люди, которые его окружают, будут поздравлять его лично. В случае личного повода адресат характеризуется как единичный, уникальный, ибо событие, являющееся поводом для поздравления, касается исключительно его личности. В такой ситуации адресантом поздравления теоретически может стать любое лицо (в том числе и незнакомый человек, который случайно узнал о наличии повода).

При этом в качестве естественной и единственно возможной реакции на такое поздравление будет выступать благодарность. Примером такого текста может служить следующий образец благодарственного письма, приводимого в книге «Этикет» Э. Пост [Post, 2008], которая на протяжении последнего века с некоторыми изменениями выдержала больше десяти изданий:

My dear ...,

I warmly appreciate your kind message of congratulation which has given me a great deal of pleasure, and sincerely wish that it were possibly for me to acknowledge it in a less formal manner.

Faithfully...

(Дорогой (-ая) ...,

Сердечно благодарю вас за ваше любезное поздравление, которое доставило мне огромное удовольствие, и искренне мечтаю о возможности принять его в неформальной обстановке.

Искренне Ваш(а), ...).

В случае с персональным поводом иная реакция невозможна (хотя благодарность, в нарушение требований речевого этикета, вообще может отсутствовать).

Предлагаемая классификация должна быть дополнена противопоставлением циклических и спорадических поводов (если воспользоваться терминологией Н.Е. Бусоргиной). Рассуждая о поводах для написания писем (не только поздравлений, но и соболезнований), автор пишет: «К циклическим относятся все праздники: Рождество, Новый год, Пасха. К спорадическим, т. е. разовым, можно отнести следующие события: любое достижение, переезд, рождение ребенка, смерть» [Бусоргина, 2006 б, с. 5]. В этом смысле примечателен день рождения, который как повод для поздравления имеет двойственный статус. В России совершенно правомерно поздравить человека с пополнением семьи, то есть с рождением детей и внуков, однако поздравлять родственников с последующими днями рождения ребенка или внука в целом не принято, особенно если потомок стал уже достаточно взрослым, – такие поздравления адресуются самому «виновнику торжества». В том же ключе осмысляются и другие поводы для персональных и групповых поздравлений.

Вообще категория событий, которые связаны с адресатом непосредственно, при внимательном рассмотрении обнаруживает свою неоднородность. День рождения, например, является регулярным, повторяющимся праздником, тогда как свадьба – это уникальное событие, которое четко локализовано на шкале жизни человека, а не в годовом цикле. При этом день рождения с точки зрения языковой картины мира в большей степени привязан к личности, чем, например, свадьба, в силу чего становится ее «идентификатором» и часто используется в качестве типичных сведений о человеке в самых разнообразных анкетах (например, в Интернете). День рождения привязан к конкретной дате, точке в годовом цикле, независимо от того, к какому из годовых циклов он относится. С этой точки зрения справедливо сказать, что

два человека «родились в один день», хотя между моментами их рождения может пролегать временной промежуток в несколько лет (или даже десятков, сотен лет). В русской культуре существуют понятия серебряной, золотой, бриллиантовой и т. д. свадьбы, но все-таки в этом случае отмечается годовщина свадьбы, а не «свадьба», при том что формулировка «годовщина рождения» с точки зрения русского человека – выражение бессмысленное (если не издевательское).

В коммуникативном плане несколько иным образом обстоит дело с групповыми поводами (например, семейными: рождением ребенка, приобретением жилья, юбилеем совместной жизни).

Во-первых, в таких случаях поздравление может быть адресовано как семье в целом, так и одному из ее членов, а именно тому, с кем лично знаком или контактирует отправитель. В этом отношении показателен пример частного поздравительного письма, в котором женщина поздравляет свою подругу с рождением ребенка и просит передать поздравления ее мужу; письмо при этом адресовано не семье в целом, а подруге. Важное событие в жизни семьи – это одновременно и важное событие в жизни человека, который является членом этой семьи. Именно поэтому с групповым поводом поздравляют и члена этой группы в отдельности:

Sheila,

We are so thrilled to hear of your recent marriage. Mark Laney was spreading the good news at a convention dinner last weekend. Although we don't personally know Todd, common sense tells us he's a peak performer and a super nice guy – or else he wouldn't have won your love.

We wish you the very best for many years of success, health, and happiness together.

Our best regards, (<http://www.jobbankusa.com>)

(Шейла,

Мы были так потрясены, услышав о твоём недавнем замужестве. Марк Лэни сообщил эту новость во время общего обеда на прошлых выходных. Хотя мы не знаем Тодда лично, здравый смысл подсказывает нам, что он невероятный актер и просто потрясающий парень, – иначе он не смог бы завоевать твою любовь.

Желаем тебе самого наилучшего на много успешных, здоровых и одновременно счастливых лет.

С уважением...).

Вполне понятно, что поздравление со свадьбой может быть адресовано обоим молодоженам. Однако знакомство лишь с одним из них дает адресанту поздравления право ограничиться наилучшими пожеланиями в адрес данного лица, как и поступает автор приведенного образца, воздерживаясь от поздравлений новобрачному.

Во-вторых, члены семьи в подобных случаях также могут поздравлять друг друга в связи с общим для семьи поводом, и для ситуации семейного юбилея это совершенно типично.

Наконец, общий повод – это повод, который затрагивает большую категорию людей, выделенных на основании социально существенного признака (полового, возрастного, профессионального и т. д.). В этом случае существенным представляется разграничение общих взаимных и общих невзаимных поводов. Последнее разграничение представляется важным, поскольку взаимность/невзаимность повода имеет непосредственное проявление в виде «коммуникативного будущего» соответствующей разновидности поздравления (в смысле Т.В. Шмелевой), то есть типа ответной реплики. В принципе, данное разграничение разделяет поздравления на две группы не только в случае с общими поводами. Невзаимным является, например, рассмотренное выше поздравление с персональным поводом: в этом случае поздравляемый не может ответить поздравлением, он всегда отвечает благодарностью. Точно так же поздравление с общенациональным праздником может предполагать в качестве ответа встречное поздравление, как в следующем фрагменте из рассказа А.П. Чехова «Новогодние великомученики»:

- Что у вас болит? – спрашивает его полицейский врач.
 - С Новым годом, с новым счастьем... – бормочет он, тупо глядя в потолок и тяжело дыша.
 - И вас также... Но... что у вас болит? Отчего вы упали?
- Припомните-ка! Вы пили что-нибудь?*

(Чехов, 2008, с. 422).

Ср. также амер. A Happy New Year! – A Happy New Year! или Thank you, the same to you [Томахин, 1988, с. 82].

Стоит обратить внимание, что ответное поздравление фактически и является в данном случае благодарностью за поздравление, адекватной ответной репликой.

Повод для взаимного поздравления в некоторых отношениях можно сопоставить с так называемыми инклюзивными формами: «Так называются специальные формы 1-го л. мн. ч., указывающие на то, что действие производится (или должно производиться) также и собеседником (или собеседниками) <...> Употребление обычной формы 1-го л. мн. ч. (идем) в значении побуждения получает у нас значение специально двойственного числа повелительного наклонения (она употребляется, когда в действии, помимо говорящего, должен принять участие один человек)» [Кузнецов 1953: 280].

Однако не все общие поводы (то есть, как правило, общенациональные праздники) допускают взаимные поздравления. Существует ряд праздников, в ходе которых чествуется определенная группа (категория) людей. В России такими праздниками являются День защитника Отечества и Международный женский день, когда поздравляются мужчины и женщины соответственно; в американской культуре к этим праздникам принадлежат, например, День Матери и День Отца (хотя упомянутые русские и американские праздники нельзя рассматривать как исключительно эквивалентные по создаваемой ими «коммуникативной структуре»). В случае с невзаимным общим поводом люди, принадлежащие к чествуемой категории, могут не только принимать поздравления, но и поздравлять друг друга, а следовательно, поздравления будут взаимными. Однако те, кто к данной категории не принадлежит, в норме не могут получать поздравления; отклонение от этого правила целесообразно рассматривать как шутку, иронию, издевку и т. д.

При групповых поводах поздравления также могут быть взаимными, но только в пределах соответствующей группы: юбилей свадьбы – это повод для того, чтобы муж и жена поздравили друг друга, а также получили поздравления от тех, кто их окружает.

На каком основании групповые поводы отделяются от поводов общих? Таким основанием служит широта выделяемой категории, а также то, что общий повод охватывает сразу всю лингвокультурную общность, а не ее отдельную «локальную зону». Объединяющим признаком для общих взаимных и общих невзаимных поздравлений яв-

ляется то, что в обоих случаях поздравления выходят за границы достаточно узкого круга людей, связанных с теми, к кому имеет отношение данный повод. В обоих случаях возможны поздравления между абсолютно незнакомыми, случайно столкнувшимися людьми. Общий повод для поздравлений, по большому счету, требует минимального внимания к личности другого человека и минимальной осведомленности о подробностях жизни этого лица: чтобы быть поздравленной с 8 Марта, достаточно быть женщиной, чтобы быть поздравленным с 23 Февраля, достаточно быть мужчиной. В этом отношении русские «мужской» и «женский» праздники отличаются от американских Дня Матери и Дня Отца [Томахин, 1988, с. 58; Random House Webster Dictionary]. Сама суть этих праздников предопределяет тот факт, что дети поздравляют своих родителей. Указанные праздники тоже привязаны к социальным отношениям, но эти отношения все равно более персонализированы, поскольку в этом случае культура предписывает конкретному человеку поздравить другого конкретного человека (мать или отца соответственно). Сама суть праздника предполагает персонализацию поздравляемого, поскольку у любого ребенка есть только одна мать и только один отец; причем этот случай отличается от поздравления с максимально персонализированным поводом только тем, что все дети в соответствующий день поздравляют матерей или отцов.

2.2.2.1. Различия между поводами для поздравлений в русской и американской лингвокультурах

В процессе исследования был создан банк русских и американских смс-поздравлений, который составил 511 единиц (208 примеров для американского варианта английского языка и 303 примера для русского языка). Образцы смс-сообщений были собраны на русских и американских Интернет-сайтах (www.dumb.com, www.yousms.ru и др.).

Количественное исследование данных текстов показало, что число поздравлений с персонализированными поводами в американской лингвокультуре заметно выше, чем число поздравлений с общими поводами. Данные представлены в таблице 3.4.

Таблица 2.4.

**Соотношение между персональными, групповыми
и общими поводами в русской и американской лингвокультурах
(на материале смс-сообщений)**

	Русская лингвокультура (303 примера)	Американская лингвокультура (208 примеров)
1. Персональные поводы	14%	79%
2. Групповые поводы	20%	11%
3. Общие поводы	66%	10%

Разработанная классификация была применена к примерам реализации речевого жанра поздравления в русских и американских художественных текстах. В процессе исследования было собрано 57 русских примеров и 45 примеров из американской литературы. Количественное распределение поводов для поздравлений с учетом описанного выше деления представлено в таблице 2.5.

Таблица 2.5.

**Соотношение между персональными, групповыми
и общими поводами в русской и американской лингвокультурах
(на материале художественной литературы)**

	Русская лингвокультура (57 примеров)	Американская лингвокультура (45 пример)
1. Персональный повод	25%	74%
2. Групповой повод	23%	21%
3. Общий повод	53%	5%

Количественные показатели по художественным текстам в целом показывают ту же тенденцию, что и показатели по смс-поздравлениям. Однако в некоторых отношениях они отличаются. В частности, сопоставление полученных данных показывает, что в русских художественных текстах разница между числом поздравлений с персональным поводом и числом поздравлений с общим поводом меньше.

В целом это может быть объяснено с опорой на тот факт, что сами по себе поздравления с общими поводами, будучи более чистым проявлением фатического начала, не являются информативными. Другими словами, они не соотносятся с событийным планом художественного повествования (прежде всего, с биографией персонажа) и не позволяют дать характеристику действующим лицам, что принципиально для художественного текста.

Интерпретация полученных данных, бесспорно, должна исходить не из упомянутого противопоставления агентивности и пациентивности (см. п. 3.1.1 данного исследования), а из представления о степени ориентации на личность. Как показывает материал, и для русской, и для американской лингвокультуры характерны поздравления по самым разнообразным поводам, от персонализированных до общих. Однако американские поздравления в большей степени ориентированы на личность адресата и события его жизни в ее уникальности и неповторимости.

Эта черта англоговорящего мира, то есть ориентация на личность, уже становилась объектом внимания исследователей. В книге «Прикладная культурная лингвистика» приводится диалог между преподавателем (англо-австралийцем) и его иранским студентом:

Преподаватель: *I heard you've won a prestigious award. Congratulations! This is fantastic* (Слышал, вы выиграли престижную премию. Поздравляю! Это сказочно).

Студент: *Thanks so much. I haven't done anything. It's the result of your effort and your knowledge. I owe it all to you* (Большое спасибо. Но я ничего не сделал. Это результат ваших усилий и ваших знаний. Я очень вам обязан).

Преподаватель: (проявляя неудовольствие) *Oh, no!!! Don't be ridiculous. It's all your work* (О нет! Не будьте смешным. Это все ваши заслуги) (*Applied Cultural Linguistics*, 2007, p. 43).

Данный пример приводится в качестве иллюстрации того, что с точки зрения европейской культуры переоценка личного вклада в чужой успех оценивается как нечто неприятное. Однако этот диалог показателен в качестве иллюстрации возможной реакции на поздравление. С точки зрения европейской культуры поздравить человека с

достижением, которое осмысливается поздравителем как личная заслуга человека, представляется чем-то абсолютно естественным, и именно поэтому самоуничижительная реакция студента-иранца вызывает дискомфорт у преподавателя. В то же время эта реакция свидетельствует о том, что с точки зрения восточных культур личные достижения не являются подходящим поводом для поздравления. По крайней мере, такая реакция на важное событие, по всей видимости, оценивается как чрезмерная и необъективная (а возможно, даже «не подобающая» преподавателю в силу его социального статуса). Именно это побуждает студента отвергать похвалы и возлагать львиную долю успеха «на плечи» преподавателя.

В контексте данной работы этот диалог представляет несомненный интерес в силу того, что он показывает, насколько важным является одобрение повода для поздравления стандартами и нормами поведения, диктуемыми культурой. Для европейской культуры поздравление с личным достижением – это действие само собой разумеющееся. Для культуры восточного типа такое поздравление представляется чем-то неприемлемым: то, что студент получил премию или выиграл конкурс, является заслугой преподавателя и, во всяком случае, не является заслугой самого студента. В конечном счете, реплика студента в приведенном диалоге однозначно свидетельствует о его стремлении приуменьшить, нейтрализовать лестную оценку его личности как непосредственной причины успеха. И обусловлено это тем, что в подобной ситуации культурные нормы вынуждают его рассматривать поздравление как неуместное и незаслуженное.

Что касается русской культуры, то в сопоставлении с культурой американской ее специфика заключается не столько в отрицании личностных усилий, сколько в преобладании безличного, общего над личным. В самом деле, праздник как повод для поздравления вряд ли каким-то образом связан с личностно значимыми атрибутами человека, будь то свойства личности или результаты ее осознанных усилий. Пол – это врожденное социально значимое качество; профессиональная принадлежность – это также социально значимое качество, которое само по себе не сообщает о том, является ли человек выделенным на фоне других людей, в том числе своих коллег. В подобных случаях общее довлеет над частным, личным, уникальным, а частная жизнь уходит на второй план.

2.2.3. «Размывание повода» как отличительная черта русской лингвокультуры

Еще одно явление, позволяющее увидеть специфику русской и американской лингвокультур на примере поздравления, – это то, что можно назвать «размыванием повода». Данное явление характерно для русской лингвокультуры и заключается в том, осуществляется ли в поздравительном тексте небольшого объема явное или игровое указание на повод. Рассматриваемое явление касается скорее особенностей построения поздравлений, но само по себе оно представляет несомненный интерес в контексте рассматриваемого вопроса.

Прежде всего, необходимо сказать о том, на каких основаниях осуществлялось обобщение материала. Как было указано в главе 2, повод для поздравления – это один из обязательных компонентов речевого жанра поздравления; как правило, вербализация повода связана с поздравительным приветствием (*С Новым годом! Happy New Year!*). Однако при более внимательном исследовании материала (смс-сообщений) оказалось, что повод вербализуется не во всех случаях. Прежде всего, мы можем выделить группу поздравлений, в которой повод вербализуется, и эта группа является самой типичной:

*Good luck God Bless, I say. And many Blessings and wishes on **your new baby*** (выделено мной. – Н. Д.) (<http://www.allsmessages.com>) (Скажу, что счастливый случай – подарок Бога. Благословения и самые лучшие пожелания в связи с рождением **нового ребенка**.)

Happy Anniversary to the couple who are just made for each other! Together U look perfect (<http://www.dumb.com>) (Счастливой годовщины паре, в которой каждый создан для другого! Вместе вы неотразимы!)

Поздравляю тебя и желаю тебе главного - исполнения желаний! Потому что, когда у человека есть то, о чем он мечтал, – он весел, бодр, здоров! С Новым Годом! (<http://yousms.ru>)

Однако в некоторых случаях этого не происходит.

Hats off to u! You were simply superb! Congrats! (<http://www.dumb.com>) (Снимаю шляпу! Ты был просто великолепен! Мои поздравления!)

Часто в таких случаях ядерный речевой акт речевого жанра поздравления заменяется другим речевым актом: пожеланием или, реже, похвалой. Однако в приведенном примере содержится компонент, который указывает на сущность совершаемого речевого жанра (*Congrats!*). В итоге это приводит к тому, что появляется достаточно большое количество поздравительных текстов, которые можно назвать универсальными, поскольку они могут быть высказаны по различным поводам. Так, например, русское поздравительное смс-сообщение *‘С открытым сердцем и любовью желаю счастья и здоровья!’* может быть отправлено и по случаю Нового года, и по случаю традиционных мужского и женского праздников, и по случаю дня рождения (как оно и подается на одном из Интернет-сайтов).

Наконец, промежуточное положение между двумя описанными выше случаями составляет категория, в которую входят смс-сообщения, где повод не называется прямо, но так или иначе обыгрывается и может быть выведен в результате логических умозаключений:

Тихо падает снег на лестницах, он тает, ты сейчас далеко мне тебя не хватает, как хотелось бы мне в этот снег превратиться и тихонько к тебе на ладони спуститься (вероятно, поздравление с Новым годом) (<http://yousms.ru>).

Я пью за вас, и за любовь, и за огонь в сердцах! Но первый выпью я бокал, за тех, кто в сапогах! (поздравление с Днем защитника Отечества) (<http://yousms.ru>).

Чем обусловлена возможность подобных «дефектных реализаций» модели речевого жанра поздравления? Причину этого можно видеть в обязательной краткости смс-сообщения, которая побуждает авторов смс-поздравлений избегать несущественных деталей, а точнее, «жертвовать» определенными составными частями (субжанрами) речевого жанра, чтобы как можно более полно (с их точки зрения) реализовать основную интенцию поздравительного текста.

Краткость – это черта, присущая смс-поздравлениям в силу причин технического характера, и очевидно, что русские, как и американцы, в этом отношении находятся в аналогичных условиях. В этом отношении смс-общение можно сопоставить с искусственно созданными экспериментальными условиями, в которых участники эксперимента намеренно ограничивались бы в объеме составляемых смс-текстов. И этот естественный эксперимент, условия для которого создала сама жизнь, показывает, что повод для поздравления в русской культуре является менее обязательным для вербализации, чем в культуре американской.

Как показало количественное исследование русских и американских смс-поздравлений, в американской лингвокультуре повод для поздравления обычно вербализуется непосредственно либо косвенно в самом тексте поздравления (97 % случаев, в которых повод либо вербализуется непосредственно, либо обыгрывается в тексте поздравления). Для русской лингвокультуры оказывается характерным отказ от вербализации повода (74 % поздравлений с поводами и 26 % поздравительных сообщений без повода, причем в 19 % случаев в тексте поздравления повод вообще никак не обыгрывается). Данные были получены на основе анализа уже упоминавшегося банка смс-сообщений, включающего 511 образцов (208 примеров для американского варианта английского языка и 303 примера для русского языка). Эти данные обобщены в табл. 2.6.

Таблица 2.6.

Вербализация повода в русских и американских смс-сообщениях

	Русская лингвокультура	Американская лингвокультура
1. Полная и однозначная вербализация повода	74 %	91 %
2. Косвенное обыгрывание повода без его вербализации	7 %	6 %
3. Отсутствие вербализации повода	19 %	3 %

Бесспорно, это не означает, что в русской лингвокультуре вербализация повода не принята или даже запрещена, тогда как в американской лингвокультуре вербализация повода является чем-то сугу-

бо обязательным. Речь идет о тенденциях, которые обнаруживаются при исследовании материала с опорой на количественные методы.

Но обнаруженные тенденции достаточно красноречивы. Как указывалось в главе 2, поздравление является фатическим жанром, поскольку не несет новой информации для адресата, если не считать не всегда прямого сообщения, которое сводится к утверждению 'Я хорошо к тебе отношусь'. Поздравительный текст, как правило, отправляется человеку, который, бесспорно, осведомлен о том, что в его жизни имеется повод для поздравлений. Другими словами, упоминание о поводе поздравления оказывается необязательным, поскольку адресат в состоянии восстановить его на основании контекста. И в этом отношении почти обязательная вербализация повода в американских смс-поздравлениях оказывается особенно показательной, тем более если учесть, что смс-поздравление как речевой жанр создает все условия для того, чтобы исключить вербализацию повода.

Совершенно очевидно, что эта черта может быть объяснена в контексте противопоставления высоко- и низкоконтекстных культур [Леонтович, 2002]. Наиболее важные аспекты данного различия связаны с основными средствами регуляции межличностных отношений. В высококонтекстных культурах наибольшее значение придается устным формам общения, прежде всего, договоренностям; представители этих культур нередко полагаются на очевидность определенных фактов, норм поведения, а потому не склонны вступать в контрактные отношения, основанные на писаном законе, договоре. В низкоконтекстных культурах большую роль играет письменное закрепление договоренностей; это, так сказать, культуры законов и контрактов. Высококонтекстные культуры, как правило, являются коллективистскими, низкоконтекстные культуры – индивидуалистическими [Кузьменкова, 2004].

Русская культура, как известно, является высококонтекстной, поскольку в ней более важную роль играют отношения между коммуникантами, а также установка на то, что противоположная сторона взаимодействия сумеет самостоятельно учесть обстоятельства. В силу этого многие вещи не проговариваются, а подразумеваются, поскольку рассматриваются как «само собой разумеющиеся». Американская культура, как и европейская культура в целом,

напротив, является низкоконтекстной, и на это, в частности, указывает огромная роль контрактных отношений, которые тщательно фиксируются и в тонкостях оговариваются в соответствующих документах. Следовательно, закономерно предположить, что при отражении обстоятельств поздравления (прежде всего, его повода) американец будет действовать более обстоятельно, чем русский. С точки зрения низко-контекстных культур умолчание о «само собой разумеющемся» недопустимо. По всей видимости, данное разграничение может служить опорой для объяснения того факта, почему некоторые существенные с точки зрения поздравления обстоятельства «умалчиваются».

2.2.4. «Антипоздравление» как типичная черта русской лингвокультуры

Отличительной чертой русской лингвокультуры является феномен, который можно было бы назвать «антипоздравлением». В этом случае также имеется повод для поздравления, но этот повод нельзя считать приятным; скорее, это повод отрицательного свойства.

Характерный пример мы находим в «Мастере и Маргарите» М.А. Булгакова:

– Иностраннный артист выражает свое восхищение Москвой, выросшей в техническом отношении, а также и москвичами, – тут Бенгальский дважды улыбнулся, сперва партнеру, а потом галерке.

Воланд, Фагот и кот повернули головы в сторону конференсье.

– Разве я выразил восхищение? – спросил маг у Фагота.

– Никак нет, мессир, вы никакого восхищения не выражали, – ответил тот.

– Так что же говорит этот человек?

– А он попросту соврал! – звучно, на весь театр сообщил клетчатый помощник и, обратясь к Бенгальскому, прибавил: – Поздравляю вас, граждане, соврашии! (выделено мной. – Н. Д.)

(Булгаков, 2004, с. 215).

Совершенно очевидно, что ложь, как и уличение во лжи, а тем более публичное уличение – это поступки и события, которые не заслуживают положительной оценки и выставляют личность в отрицательном свете.

Показательный аналогичный пример содержится в рассказе А. Аверченко «Ложь»:

– Да нет, разберемся: когда Шемишурина была с вами на катке?

– Часов в десять, одиннадцать.

Драматург всплеснул руками.

*– **Так поздравляю вас:** в это самое время я читал ей дома пьесу (выделено мной. – Н. Д.).*

(Аверченко, 1990, с. 187)

Поводом для «антипоздравления» в этом случае является ошибка, которую допускает один из персонажей в своих умозаключениях, поскольку не располагает всеми необходимыми фактами.

Бесспорно, это черта устной речи и обыденного, бытового общения. Выявить данную особенность удалось в результате анализа примеров, взятых из художественной литературы, в которых данная особенность общения русских находит последовательное выражение. Что касается собственно поздравительных текстов (смс-сообщений, писем, открыток с готовыми поздравлениями), то среди них подобных примеров обнаружено не было. Это совершенно естественно, поскольку рассмотренные тексты в значительной своей части представляют «образцовые поздравления», которые могут использоваться в качестве шаблонов при создании собственных поздравительных текстов. И бесспорно, во всех случаях очевидной является необходимость соблюдения норм этикета, которые кардинально противоречат «обидности» «антипоздравлений».

«Антипоздравление» предполагает минимальную реализацию речевого жанра, которая включает только речевой акт поздравления с указанием повода. По крайней мере, в проанализированном материале примеров развернутых «антипоздравлений» обнаружено не было. Интуиция подсказывает, что в незначительной степени «антипоздравление» может быть распространено, например, при помощи пожелания (*Поздравляю! Поступай и дальше в таком же духе*). Од-

нако, поскольку «антипоздравление» – это черта преимущественно спонтанной устной речи и бытового общения, мы вряд ли вправе ожидать появления значительно развернутых текстов. (Художественный текст, бесспорно, является письменным, но в контексте данной работы художественные тексты привлекались в основном как пример фиксации некоторых особенностей устного общения.) Развернутость, риторическая разработанность – это черта письменной или устной подготовленной речи.

У такого положения имеются причины. С этой точки зрения не так существенно, что развертывание собственно поздравления по большому счету является факультативным. Гораздо существеннее то, что развертывание собственно поздравления осуществляется (или не осуществляется) исключительно по воле говорящего. Развертывание «антипоздравления» в подавляющем большинстве случаев оказывается совершенно невозможным. И в то же время именно ассоциации между поздравлением, с одной стороны, и похвалами и пожеланиями придают «антипоздравлению» особую силу. Оно как бы заканчивается ироничными суждениями: «Молодец! Так держать, продолжай в том же духе...» Пожалуй, единственное пожелание, которое можно представить себе в подобном контексте, сводится к данной модели (и оно, естественно, тоже имеет иронический смысл).

Отличительной чертой «антипоздравления» является его максимальная персональность: эта ироническая реализация речевого жанра направлена либо на качества личности «поздравляемого», либо на совершенные им поступки. «Антипоздравление» нетипично и в ситуациях, когда имеет место отрицательное событие (например, смерть или болезнь близкого человека). В этом также проявляется максимальная персональность «антипоздравления», поскольку объектом его язвительной оценки становятся события, которые в той или иной степени могут быть поставлены в вину адресату по причине его оплошности, его недосмотра (например, недобровольное увольнение с работы).

Очевидно, что в основе «антипоздравления» лежит ирония. Ирония как языковое и риторическое явление представляет собой скрытую насмешку [Москвин, 2007, с. 292]. В риторическом плане ирония – это прием, который основан на «употреблении словосочетаний или предложений в смысле, обратном тому, который непосредствен-

но в них выражен, с целью внесения критически-оценочной характеристики предмета речи» [Кузнец, Скребнев, 1960, с. 35]. Синонимом для термина «ирония» в этом значении является термин «антифразис» [Москвин, 2007, с. 128; Филиппов, Романова, 2002, с. 104].

Некоторые примеры использования номинации речевого жанра *поздравление* ясно свидетельствуют о том, что в русской языковой картине мира он используется в качестве выражения положительной оценки события как радостного, удачного. Подтверждение этому мы находим в «Мастере и Маргарите»:

– Не желала бы я встретиться с вами, когда у вас в руках револьвер, – кокетливо поглядывая на Азazelло, сказала Маргарита. У нее была страсть ко всем людям, которые делают что-либо первоклассно.

– Драгоценная королева, – пищал Коровьев, – я никому не рекомендую встретиться с ним, даже если у него и не будет никакого револьвера в руках! Даю слово чести бывшего регента и заповедаю, что никто не поздравил бы этого встретившегося.

(Булгаков, 2004, с. 252).

Очевидно, что отрицательный контекст в приведенном примере позволяет говорящему подчеркнуть тот факт, что встреча с Азazelло представляет собой для любого человека опасное по своим последствиям, а потому нежелательное, «плохое» событие.

Количественное исследование примеров из русских и американских художественных текстов показало, что в отношении использования «антипоздравлений» обнаруживаются существенные различия. Так, в произведениях русских писателей первой половины XX века (М. Зощенко, М. Булгаков, А. Аверченко и др.) «антипоздравления» составляют 68 % от всех зафиксированных случаев (то есть от 57 примеров), тогда как в американских художественных текстах XX века их было обнаружено всего 11 % из 45 примеров.

Здесь необходимо небольшое отступление. А.С. Дыбовский в связи с обсуждением культурных различий между русскими и японцами обращает внимание на тот факт, что русские в этикетных ситуациях более склонны к игровому поведению, которое может принимать достаточно грубые с точки зрения представителей других культур фор-

мы и заключается в вербализации того или иного смысла языковыми средствами с противоположной семантикой. В частности, когда один человек спрашивает у хозяина дома разрешение пойти в туалет, хозяин дома может ответить отрицательно: «Конечно, нельзя!». Русский, скорее всего, поймет этот ответ правильно, то есть как основанный на иронии, а следовательно, положительный, и даже увидит в нем намек на то, что разрешения вообще можно было бы не спрашивать. Русским в этой ситуации понятно, что хозяин своими словами призывает гостя чувствовать себя, как дома. Однако японцев такой ответ ставит в тупик, то есть вызывает у них «культурный шок», ибо они понимают его буквально, то есть как запрет [Дыбовский, 2006].

Проецируя наблюдения А.С. Дыбовского на функционирование речевого жанра поздравления в русской и американской лингвокультурах, можно утверждать, что «антипоздравление» является одной из ярких форм игрового поведения, типичного для представителей русской лингвокультуры.

2.2.5. Личное начало в русских и американских поздравлениях

Как следует из анализа толкований номинаций *поздравление* и *congratulation*, общей для русской и американской языковых картин мира является языковая природа поздравления, что, конечно же, естественно. Правда, английские толкования в большей степени акцентируют то, что поздравление является актом выражения личных переживаний поздравителя – его радости, удовольствия, удовлетворенности.

Русские формулировки дефиниций соответствующего глагола не дают оснований однозначно полагать, что речь идет о положительных переживаниях, которые испытывает поздравляющий. Во всех случаях речь идет не о выражении счастья, удовлетворенности, радости и т. д., а о приветствии по поводу чего-то приятного, радостного (или в связи с приятным или радостным). Другими словами, «радостность» – это атрибут повода для поздравления, а не свойство (состояние) поздравляющего. Это различие может показаться несущественным, однако оно позволяет выдвинуть гипотезу, что с точки зрения русской языковой картины мира поздравитель в большей степени

опирается на объективную оценку, а не субъективную эмоциональную реакцию, как это имеет место в американской языковой картине мира.

По каким признакам об этом можно судить?

1. Американские (и шире, английские) толкования глагола *to congratulate* содержат прямое указание, что поздравитель испытывает и выражает чувства. Соответствующее толкование русского глагола содержит прямые указания лишь в одном случае – это толкование из словаря под редакцией Д.Н. Ушакова. Кроме того, типичная дефиниция глагола *поздравить* допускает и такое разворачивание: ‘приветствовать по поводу чего-либо приятного, радостного для данного лица’. Другими словами, с точки зрения русской языковой картины мира поздравитель не обязательно должен радоваться событию в жизни поздравляемого. По крайней мере, прямого указания на это нет. Достаточно, чтобы он осознавал, что это событие является приятным и радостным для данного человека, и соответствующим образом себя вел.
2. В русских толкованиях присутствуют глаголы *приветствовать* (он встречается в трех из четырех определений) и *выражать*. В английских толкованиях присутствует глагол *to praise* ‘хвалить’, хотя типичными для английских толкований являются глаголы *to express* ‘выражать’ и *to tell* ‘говорить’; в одном из случаев (при толковании возвратного значения глагола *to congratulate*) используется глагол *to feel* ‘чувствовать’, что также подчеркивает эмоциональную сторону взаимодействия.

Как указывалось в главе 2, использование слов *приветствие* и *приветствовать* при толковании глагола *поздравлять* не кажется абсолютно точным, поскольку приветствие – это прежде всего речевое действие, совершаемое при встрече с кем-либо или открывающее что-либо (ср.: *приветствие участникам выставки*). Тем не менее в контексте описываемого противопоставления между русской и американской культурами использование данного глагола приобретает особый смысл. Это подчеркивает этикетный (и во многом объективно-отстраненный) характер поздравления в русском языке в противоположность большей эмоциональности, просматривающейся за английскими толкованиями, в которых поздравитель выражает радость, удовлетворение, удовольствие.

Для американской лингвокультуры в большей степени характерно введение в текст компонентов, которые соотносятся с адресантом. Причем делается это не только тогда, когда нужно подчеркнуть личное положительное отношение. Очень показательно следующее поздравительное деловое письмо:

Dear Mr. Milton:

I just wanted to drop you a note to say "Happy Birthday." Calling on you every month is an enjoyable routine – all my customers should be so pleasant and full of life! Have a good time with family, staff, and friends – may you have many more years with them.

Cordially... (<http://www.jobbankusa.com>)

(Дорогой мистер Мильтон,

Я просто захотел отправить вам записку со словами «С днем рождения!» Звонить вам раз в месяц – приятная необходимость (букв. распорядок, рутина), все мои клиенты должны были бы быть такими же милыми и полными жизни! Проведите время с пользой вместе с семьей, сотрудниками, друзьями – надеюсь, вы проведете с ними еще немало (букв. гораздо больше) лет.

Сердечно ваш...)

Как следует из данного письма, его автора и адресата связывают исключительно деловые отношения: автор прямо (и выгодно) сравнивает его с другими клиентами, а также указывает на характер имеющейся между ними связи (а возможно, даже напоминает об этом). Вводная фраза письма описывает мотив отправки поздравления («я просто захотел»), что само по себе небезразлично с точки зрения личностной характеристики автора, в частности, его моральных качеств (внимательность, готовность радоваться приятным событиям в жизни другого человека, доброжелательность и т. д.). В обычном случае, то есть при соблюдении требования ориентированности сообщения на адресата, такие компоненты смысла не находят непосредственного выражения, и о них можно судить только по самому факту отправки письма или открытки. И это вытекает уже из одного сопоставления данного текста с поздравительной открыткой, проанализированной в главе 2 данного исследования («You did it, Eric!», см. п. 2.2.2).

В то же время приведенный пример представляет собой типичное поздравление, поскольку оно содержит указание на повод (день рождения), пожелание долгих лет жизни и выражение положительного отношения, симпатии и доброжелательности (в виде похвалы личностным качествам именинника).

В других письмах мы находим аналогичные обороты (во всех примерах выделено мной. – Н. Д.):

My calendar tells me that August 2 is your special day—happy birthday (<http://www.jobbankusa.com>)

(Из моего календаря я узнал, что 2-е августа является особым днем для вас. С днем рождения!);

How excited I became when it dawned on me the byline under “The Chosen Few – Antibiotics That Kill” in The New England Journal of Medicine was yours.

I must say the title was also a grabber. Neither was I disappointed when I read of your recent research and the unique perspective you set forth. This is an area worthy of much more study, and you’re just the colleague who might find that breakthrough. I admire your work tremendously.

Thank you for taking the time to publish such controversial theories; I wish more professionals had the moral courage to raise such questions (<http://www.jobbankusa.com>).

(Как я взволновался, когда вдруг понял, что под статьей «Избранное меньшинство: Антибиотики, которые убивают» в «Медицинском журнале Новой Англии» стоит ваша подпись!

Я должен сказать, что заглавие впечатляет. И я не был разочарован, когда я прочитал о вашем недавнем исследовании и той удивительной перспективе, которую вы описываете. Это сфера, заслуживающая куда более масштабного исследования, и вы именно тот специалист, который способен в этом отношении добиться многого. Я бесконечно восхищаюсь вашей работой.

Благодарю вас за то, что вы потратили время, чтобы опубликовать такие спорные теории; я хотел бы, чтобы было больше специалистов, которым хватает мужества ставить такие вопросы.)

Что касается последнего фрагмента, то в нем прямые похвалы деятельности адресата не выражаются буквально. Автор письма излагает события со своей точки зрения, рассказывает о том, что произошло лично с ним, когда он увидел статью, а затем прочитал ее. Этот способ вполне подходит для выражения положительной оценки, хотя сама по себе оценка в этом случае не высказывается прямо, а во многом должна быть выведена читателем из подтекста. Тем не менее обращает на себя внимание то, что фигура адресанта в данном примере выступает на первый план, причем такого «выпячивания» вполне можно было бы избежать, например, указывая прямо, что статья, опубликованная адресатом, содержит интересные выводы, ставит интересные вопросы, хорошо написана, имеет интересное заглавие и т. д.

Эти примеры, бесспорно, не демонстрируют типичного положения. Для американского делового поздравительного письма соблюдение коммуникативных правил, предписывающих элиминацию фигуры адресанта является типичным. Об этом свидетельствует другой текст:

Frank,

So the wait is up? You ain't seen nothing yet – the waiting in line for Pampers at the 7-Eleven, the waiting at the dentist's office, the waiting for the PTO's costumed angels to sing their carol, the waiting for a driver's permit, the waiting for the first after-school job.

But all that can wait – CONGRATULATIONS. We know this is one of the greatest joys of life. All our best to that big 8-lb. boy.

Best regards... (<http://www.jobbankusa.com>)

(Фрэнк,

Значит, конец ожиданию? Вы еще ничего не видели: ожидания в очереди за памперсами в 7-Eleven [название сети супермаркетов], ожидания у кабинета дантиста, ожидания, когда переодетые ангелы из РТО [название организации] пропоют свои гимны, ожидания ученических водительских прав, ожидания первой работы после школы.

Но все это может подождать – ПОЗДРАВЛЯЕМ! Мы знаем, что это одна из самых больших радостей в жизни. Всего наилучшего тому восьмифунтовому мальчику.

С наилучшими пожеланиями...)

Данный поздравительный текст является типичным, поскольку в нем фигура адресата и приписываемые ей будущие действия занимают главное место, вынесены в самое начало письма. Фигура адресанта (в данном случае коллективного, «we») появляется лишь во втором абзаце, причем не играет такой же существенной роли, как в предыдущих примерах.

В настоящий момент достаточно сложно анализировать особенности русских и американских поздравительных писем в связи с теми невероятно активными изменениями, которые происходят в эпистолярном общении. Чтобы выводы были обоснованными, необходимо, чтобы положение окончательно стабилизировалось. Однако исследователи едва ли не в один голос заявляют о том, что эпистолярный жанр переживает не лучшие времена, и даже говорят о «смерти» эпистолярного жанра [Винкель, 2002; Гулякова (Интернет); Протопопова, 2003]. Бесспорно, это обусловлено активным развитием средств коммуникации, прежде всего телефонной связи и Интернета. В последнем случае, кстати, использование эпистолярной формы в традиционном смысле совсем не обязательно, Интернет-общение предоставляет возможности быстрого обмена сообщениями, даже если речь идет об электронной почте (не говоря уже о таких формах коммуникации, как чат или службы быстрых сообщений вроде isq), причем в подобном случае по скорости обмена репликами общение может быть сопоставимым в общением «лицом к лицу». Эти неблагоприятные прогнозы во многом оправданы, так как эпистолярный жанр в полном смысле этого слова может существовать исключительно в условиях, когда быстрый обмен сообщениями невозможен и между отправкой сообщения и получением ответа имеется достаточно большой перерыв. Только такие коммуникативные условия способны стать причиной формирования письма как жанра письменного общения. В частности, именно ими обусловлена развернутость традиционного частного и делового письма, которая в настоящий момент не является в такой же степени неизбежной и необходимой.

Тем не менее нельзя утверждать, что речевой жанр письма окончательно «уходит со сцены». Бесспорно, этот жанр сохраняет свою огромную значимость в деловом общении, так как подобная форма обращения дает адресанту возможность действовать в соответствии с требованиями, обусловленными официальностью отношений, а так-

же предписаниями делового этикета. Деловое письмо по-прежнему остается эффективным средством безличного обращения к клиенту, потенциальному партнеру или официальному лицу. В силу этого закономерным представляется вопрос о направлении изменений в функционировании делового письма.

Обращает на себя внимание и тот момент, что эпистолярный жанр (прежде всего в Америке) постепенно смещает акценты с частной сферы на деловые отношения. Как указывает Н.Ю. Бусоргина, в письмовнике *Chesterfield's Letter Writer*, выпущенном в конце XIX века, «большая часть книги посвящена личной корреспонденции, а деловые письма занимают лишь небольшой раздел». В то же время в *The New American Handbook of Letter Writing*, отражающем современное положение в корреспонденции, деловой переписке «отводится ведущее место, личные письма занимают небольшую часть, а любовные письма отсутствуют совсем» [Бусоргина, 2006, с. 149]. Эти свидетельства подтверждают тот факт, что письмо из жанра частного общения постепенно трансформируется в жанр преимущественного делового, официального общения. В наши дни частное общение гораздо более естественно при помощи телефона, смс-сообщений, а также Интернета.

Помимо этого, в американской лингвокультуре обнаруживается определенное смешение между личными и деловыми отношениями. Тот же автор указывает: «Несмотря на то, что деловой мир предполагает, прежде всего, официальные, формальные отношения, поводы, по которым пишутся поздравительные письма, не сводятся лишь к государственным праздникам. Считается хорошим тоном поздравить партнера или клиента в связи с каким-нибудь из личных событий, например, продвижением по службе, участием в благотворительной деятельности, годовщинами: днем рождения адресата; днем рождения компании; юбилеем пребывания в должности. Как видно из приведенного списка, деловое письмо по сути не отличается здесь от личного, разница может быть лишь в том, что адресат и адресант занимают официальную статусную позицию, что находит выражение в более формальном стиле изложения» [Бусоргина, 2006б, с. 5]. По всей видимости, за таким коммуникативным поведением стоят понимание важности личного контакта во взаимодействии с клиентами и партнерами и стремление наладить такой контакт.

Вообще для американской лингвокультуры характерна более ярко выраженная навязчивость в представлении себя, чем для русской лингвокультуры. Это нетрудно увидеть, если обратиться к некоторым частным фактам, показательным с точки зрения специфики американского делового общения.

Дж.Л. Мей указывает, что американцы фактически могут поздравить человека с событием даже до того, как оно произошло. В качестве иллюстрации он приводит следующее, по его выражению, «невозможное» (impossible) почтовое предложение принять участие в лотерее: «Поздравляем! Возможно, вы уже выиграли!» («Congratulations! You may already have won!») [Мей, 1993, р. 341]. Не вызывает никаких сомнений, что за этим «поздравлением», вряд ли возможным в русской лингвокультуре, скрывается намерение побудить, подтолкнуть человека к участию в лотерее. Приятно, когда тебя поздравляют, – посыл, который содержится в приведенных фразах, напоминает адресату об этом и тем самым подталкивает его к тому, чтобы он попытался испытать эти приятные чувства.

Как отмечает Н.Ю. Бусоргина, для американского официально-делового и публичного общения характерны «письма, которые, на первый взгляд, написаны просто так, без причины. Точнее, причина присутствует – это благодарность клиентам за их преданность: *'thank you for letting us serving you'*, но без повода. Однако повод имеется и является, по сути, инициацией, например, присуждения магазину титула «Первый в Сент-Луисе, пятый в Америке»: ...*Наш универмаг стал первым в Сент-Луисе, пятым в Америке, и мы благодарим вас за ту роль, которую вы сыграли в нашем высоком достижении*» [Бусоргина, 2006б, с. 5–6]. Получение титула – это полноценный повод для поздравления, поскольку такое событие является и значимым, и положительным. С точки зрения канонической ситуации поздравления человек, в жизни которого произошло такое положительное событие, будет ожидать поздравлений со стороны других. Американский автор не ждет этого. Вместо этого он рассылает клиентам письма, в которых сообщает о радостном событии.

Что касается данного примера, то в нем обращает на себя внимание следующий момент, который свидетельствует о том, что такое коммуникативное поведение не является абсолютно аномальным. Отправляя подобного рода письма, автор фактически превращает

радостный повод, который касается той структуры, которую он представляет, в повод для общей радости с клиентами. В приведенном примере вряд ли можно увидеть только попытку «напроситься на поздравления»: *‘Поздравьте меня с приятным событием!’* Автор письма подчеркивает, что клиенты также внесли существенный вклад в это достижение, а следовательно, эта радость является общей для всех: *‘Это наше совместное достижение, без вас оно было бы невозможно’*. Конечно, вряд ли в мире найдутся люди, которые пользуются услугами универмага исключительно для того, чтобы он занял заметное место в рейтинге. Однако то, что человек активно пользуется услугами данного универмага, действительно оказывается неосознаваемым вкладом в подобное достижение, а потому действительно затрагивает личность клиента. Следовательно, аномальность подобного коммуникативного поведения во многом существует лишь с точки зрения традиций русской лингвокультуры, а также представлений о каноническом поздравлении.

В этом отношении также показательно наблюдение В.В. Набокова, который в одном из интервью, рассказывая о своем писательском методе, приводит материалы и наблюдения, которые не были использованы им в его произведениях. В частности, там мы находим такой пример: «Пародия на учтивость – неподражаемое «Пожалуйста» – «Пожалуйста, пришлите мне ваше чудесное...» – так фирмы по-идиотски обращаются к самим себе на печатных бланках, предназначенных для того, чтобы люди заказывали их изделия...» [Набоков, 1997, с. 572].

Бесспорно, этот пример не имеет непосредственного отношения к функционированию речевого жанра поздравления. Однако он показателен с точки зрения более широкого контекста, а также установок, в условиях которых речевой жанр поздравления используется. Прежде всего, бланки подобного рода как бы навязывают клиенту способ думать и выражаться. Также они содержат не только просьбу (что было бы естественно), но еще и характеристику товара, его высокую оценку. Подобный бланк заказа – это еще одна возможность явной и достаточно агрессивной рекламы и товаров, и фирмы-продавца. В этом отношении данный пример перекликается с примером, приведенным Н.Ю. Бусоргиной. И то, что их объединяет, можно определить как «перехватывание коммуникативной инициативы». В первом

случае организация, которую повод для поздравления затрагивает в первую очередь, фактически поздравляет тех, кого этот повод касается в гораздо меньшей степени. В примере В.В. Набокова фирма-продавец перехватывает коммуникативную инициативу и выражает высокую оценку собственному товару, которая в обычном случае должна исходить от покупателя и быть актом его добровольного самовыражения.

В некоторой степени стремление к личному контакту и использование фатических средств для решения деловых задач характерно для русской лингвокультуры. Однако не вызывает никаких сомнений, что подобное положение в русской лингвокультуре сложилось в результате перенимания американских традиций.

Сразу же следует отметить, что поздравительные деловые письма не имеют такого же широкого распространения в русских деловых отношениях, как это имеет место в деловых отношениях американских. По всей видимости, это обусловлено меньшей степенью развития деловой корреспонденции в России, а также наследием советских времен, когда нормы делового общения определялись жесткими предписаниями официально делового стиля.

Тем не менее вследствие заимствования традиции европейского и американского делового общения нечто подобное стало реальностью в русских бизнес-коммуникациях. В этом контексте необходимо упомянуть об активном освоении жанра поздравления в рамках паблик рилейшнз [Кривоносов, 2002; Бровкина, 2005], вследствие чего данный речевой жанр переживает существенные трансформации. Жанр поздравления с Новым годом уже традиционно используется российской властью (а точнее, «президентской риторикой», если прибегнуть к выражению Н.В. Кондратенко), и ученые неоднократно обращались к его анализу [Кашпур, 2007, Кондратенко, 2007]. Однако гораздо более интересным представляется анализ данного жанра применительно к рекламной и ПР-коммуникации.

Вряд ли правомерно утверждать, что в данном случае имеет место простое заимствование формы. Это заимствование приводит к не всегда заметным, но существенным сдвигам в базисной коммуникативно-прагматической структуре речевого жанра поздравления. И в этом отношении русские поздравительные ПР-тексты не так значительно отличаются от американских.

Приведем пример русского ПР-поздравления (цитируется по работе [Кривоносов, 2002]):

Дорогие друзья!

Корпорация «Илим Палп Энтерпрайз» поздравляет вас с Новым годом! Сегодня мы – составная часть многотысячного лесопромышленного комплекса, который производит половину всей российской целлюлозы и более шестидесяти процентов российского картона. Над этим трудятся тридцать шесть тысяч работников в Архангельской, Ленинградской и Иркутской областях. Уходящий год для нашей корпорации был годом развития холдинга по пути дальнейшей интеграции всех производственных ресурсов. Удалось осуществить фактически все намеченные проекты, которые существенно повлияли на улучшение качества выпускаемой продукции, увеличение товарооборота, привлечение денежных средств и получение в конечном итоге прибыли. <...> Основными задачами, от успешного решения которых будет зависеть эффективность производства БКХ в следующем году, являются завершение реструктуризации всех предприятий, входящих в Братсккомплексхолдинг, и повышение квалификации персонала. В будущем 2000 году лесопромышленная группа «Илим Палп Энтерпрайз» планирует окончательно завершить процесс формирования корпорации как единого управленческого организма с основными функциями контроля, планирования и выработки перспективной стратегии.

В целях дальнейшего повышения эффективности производства холдинг планирует ликвидировать все негативные моменты, оказывающие влияние на рост производительности труда всех сотрудников корпорации. Новый толчок получит производственное соревнование как форма повышения индивидуальной ответственности за повышением собственной квалификации. Большие сил и внимания будет уделено социальной сфере и прежде всего повышению зарплаты работникам комбинатов.

По восточному календарю 2000 год – Год Дракона. А это знак удачи, знак могущества и самого благотворного астрономического влияния. Знак, символизирующий жизнь и рост. Дракон приносит четыре благополучия: богатство, добродетель, гармо-

нию и долголетие. Мы желаем всем в Новом году мира, здоровья, семейного благополучия!

*Председатель Совета директоров
ОАО «Братсккомплексхолдинг»
Борис Зингаревич*

Данный текст был опубликован в корпоративном издании, то есть, по терминологии ПР, адресован внутренней общественности (сотрудникам предприятия). В самом по себе намерении поздравить сотрудников с наступающим Новым годом нет ничего неестественного. Тем не менее в приведенном примере адресант не ограничивается поздравлениями, а также его типичными распространителями (пожеланиями, похвалами и т. д.). Наступающий праздник становится поводом для того, чтобы подвести итоги (что может рассматриваться как похвала) и наметить планы на будущее. В смысловом отношении последняя составляющая данного текста лишь отдаленно напоминает пожелания – в действительности речь идет о формировании такого компонента корпоративной культуры, как «в́идение» будущего. Другими словами, поздравление становится инструментом решения одной из типичных ПР-задач – коммуникаций с внутренней общественностью.

Кроме того, ПР-поздравление адресовано массовой аудитории. Это неизбежно сказывается на его обезличивании и увеличении официальности его языкового выражения. ПР-поздравление – это прежде всего официальный текст, который исходит от официального лица, в силу чего отступления от официального тона в нем не приветствуются.

В обычном случае поздравление – это прежде всего искреннее выражение положительного отношения к его адресату. Вряд ли правомерно утверждать, что ПР-поздравление заведомо, в любом случае является манипулятивным. Однако в этом случае оно включается в экономические или политические отношения и оказывается косвенно направленным на извлечение некоей выгоды (будь то привлечение избирателей или клиентов). С точки зрения типовых сценариев, присущих русской и американской лингвокультурам, поздравление ни к чему не обязывает того, кому оно адресовано, потому что либо представляет собой выражение положительного отношения, либо

(в случае важного личного события) рассматривается как нечто заслуженное адресатом. Хороший тон предписывает поблагодарить за поздравление, но не более того. ПР-поздравление предполагает ответную реакцию в виде действия-компенсации, подталкивает к подобному действию, хотя и не обязывает к нему.

Следует также добавить, что ПР-коммуникации задумывались как средство формирования благоприятной среды вокруг соответствующего субъекта (публичной личности или организации). Следовательно, ПР-поздравление в определенной степени смещает акцент с личности адресата на субъект ПР-деятельности, что также противоречит преобладанию фатического начала (ориентации на адресата), которое характерно для традиционного поздравления. В рекламном поздравительном тексте гораздо менее безразличным оказывается тот факт, кто именно является отправителем поздравления. Если в обычном случае поздравитель стремится «уйти в тень», перевести собственную личность на второй план, то в ПР-поздравлении личность и статус поздравителя, наоборот, выделяются.

Описанные факты свидетельствуют о том, что деловое поздравительное письмо, если использовать терминологию Т.В. Шмелевой, не является в чистом виде этикетным жанром, в нем усиливается императивное, то есть побудительное начало. Прежде всего, очевидно, что организация или должностное лицо, которые используют поздравительные письма в деловом общении, проявляют не только благорасположение по отношению к адресату (или адресатам), но и в той или иной степени демонстрируют свою заинтересованность в адресате (адресатах). Поздравление в собственном смысле слова подразумевает искреннее положительное отношение к другому лицу, неявное сообщение 'Ты имеешь для меня ценность, ты мне не безразличен'. Этим интенция поздравления в идеале исчерпывается. И в таких случаях фатическое начало реализуется в наиболее чистом виде. Поздравление в деловой сфере в большей степени рассчитано на дополнительные эффекты вроде напоминания (или сообщения) об адресанте, будь то лицо или организация, а также совершения действий (например, покупок). Деловые отношения в целом гораздо больше зависят от выгод, которые извлекают из них стороны, а следовательно, чистая заинтересованность, чистое благорасположение в них вряд ли возможны.

С этой точки зрения становится понятной развернутость предложенного Н.Ю. Бусоргиной перечня поводов для поздравлений в американском деловом общении. Организация или деловое лицо заинтересованы в напоминании о себе, а также в том, чтобы найти и прочно занять свое место в общественной жизни. Обращаясь к клиенту по поводу значимого праздника, организация получает возможность не только высказаться по данному поводу и пожелать чего-то адресату, но и предложить свои товары. Вспомним приведенный выше пример поздравления с Днем матери от организации, торгующей цветами. Аналогичная ситуация складывается и в России, где сети магазинов косметики поздравляют потенциальных клиентов с 8 марта, продуктовые супермаркеты – с Новым годом и т. д. Праздник – это не только повод сказать добрые слова другим людям, это еще и повод предложить свой товар.

ВЫВОДЫ

Речевой жанр поздравления – это форма общения, которая предполагает:

- 1) наличие адресанта (поздравителя) и адресата (поздравляемого), причем последний фактически является объектом порождаемого текста, поскольку данный текст репрезентирует как реальные, так и потенциальные («желательные») качества данной личности или группы лиц. В этой ориентации на адресата, а также в положительной окраске поздравительного текста проявляется фатическое начало жанра поздравления;
- 2) наличие повода, то есть события в жизни адресата, которое оценивается как «радостное и приятное». Повод является основанием для порождения поздравительного текста и одновременно определяет его содержательную сторону. Повод играет важную роль в структуре поздравления, поскольку часто предлагает точку зрения, с которой оценивается фигура адресата.

С точки зрения связи между поводом и личностью (адресатом) все поздравления целесообразно распределить на три группы:

- поздравления с персональными поводами, которые имеют отношение к жизни адресата, то есть событиями, причиной кото-

рой стал сам адресат (публикация книги, получение престижной премии, рождение ребенка), либо событиями, которые имеют отношение к адресату лично (день рождения);

- поздравления с групповыми поводами, которые имеют место в жизни общностей и социальных групп (семей, коллективов и т. д.);
- поздравления с общими поводами, которые охватывают всех представителей данной лингвокультуры (праздники).

Данное основание для выделения разновидностей поздравлений коррелирует с таким существенным по коммуникативно-прагматическим соображениям качеством, как взаимность/невзаимность поздравлений. Персональный повод исключает взаимное поздравление в качестве ответной реплики; естественной реакцией на поздравление в связи с персональным поводом является благодарность. В предельном случае общий повод (например, Новый год или Рождество) предполагает взаимные поздравления, которые могут сочетаться с благодарностью за поздравление; однако ответное поздравление в такой ситуации уравнивается с благодарностью и рассматривается представителем лингвокультуры как соблюдение норм приличий.

В результате исследования речевого материала можно сделать вывод, что американские поздравления отличаются от русских большей степенью персональности поводов. Среди американских поздравительных текстов преобладают поздравления с персональным поводом (79 % для смс-поздравлений); число поздравлений с общими и групповыми поводами заметно меньше (9 % и 10 % соответственно). В русской лингвокультуре наблюдается противоположная тенденция: преобладающая часть поздравительных текстов сопряжена именно с общими, а не персональными поводами (69 %).

Отличительной для русской лингвокультуры является такая особенность, как «размывание повода» в поздравительном тексте. Заключается это явление в том, что в поздравительном тексте вообще может отсутствовать наименование повода, а по самому поздравительному тексту нельзя установить, к какому поводу он приурочен. Данное явление возникает в ситуации, когда автор поздравительного текста сталкивается с необходимостью краткого, лаконичного выражения, то есть с ограничениями в объеме дан-

ного текста. Эти условия естественно возникают в условиях смс-поздравления.

Естественно ожидать, что в таких условиях автор поздравительного текста попытается вложить в текст только самое существенное. Это и ведет к тому, что среди русских смс-сообщений имеется достаточно большое количество поздравлений, в которых указание на повод совершенно отсутствует (19 % при показателе 3 % для американской лингвокультуры).

Среди исследованных русских примеров чаще встречается такое явление, как «антипоздравление». В этом случае мы имеем дело с минимальной реализацией речевого жанра поздравления, поводом для которого является событие, которое не может быть оценено как положительное, радостное или приятное (промах, досадная ошибка, совершение неблагоприятного поступка). «Антипоздравление» – это способ выражения иронии и форма игрового коммуникативного поведения. Как показал количественный анализ примеров, полученных путем сплошной выборки из художественной литературы, в русских художественных текстах доля «антипоздравлений» составляет 68 %, тогда как в американских – всего 11 %.

Наконец, русские и американские поздравления различаются с точки зрения представленности в них личности адресанта, автора. Насколько можно судить по исследованному материалу, то американцы в большей степени склонны выражать оценки другим людям через описание своих собственных переживаний и событий своей жизни, своего внутреннего мира. Это вряд ли можно рассматривать как общую тенденцию, характерную для американской лингвокультуры, поскольку в ней имеются и тексты, представляющие собой поздравления в канонической форме, то есть с минимальным присутствием фигуры автора, адресанта. Однако нарушений последнего принципа заметно больше в американских поздравительных текстах, прежде всего, в деловой переписке; с точки зрения русской речевой культуры они воспринимаются скорее как аномальные.

Этот факт вступает в корреляцию с некоторыми особенностями англо-американских толкований глагола *to congratulate*, которые предполагают акцент на выражении радости и удовольствия по пово-

ду события, имевшего место в жизни другого человека. В русских толкованиях глагола *поздравить* преобладает осмысление соответствующего акта как коммуникативного, то есть как приветствия. Кроме того, акцент с акта выражения личного переживания переносится на повод: если американец выражает радость по поводу какого-то события в жизни другого человека, то русский приветствует поздравляемого по поводу события, которое является радостным или приятным, причем таким событием нередко считается общенациональный праздник. Это позволяет сделать вывод о том, что в русской лингвокультуре преобладают объективные оценки события как повода для поздравления.

Глава 3.

Инструктивно-запретительные надписи в русской, итальянской и английской лингвокультурах

Инструктивно-запретительные надписи – широко распространенное явление, с которым мы постоянно сталкиваемся в повседневной жизни. Это публичные объявления, цель которых – регулировать поведение людей в общественных местах: они запрещают посетителям музеев трогать руками произведения искусства, напоминают уважаемой публике о необходимости выключить мобильные телефоны на время спектакля, сообщают покупателям о том, что они находятся под видеонаблюдением, и предлагают по этому поводу улыбнуться, призывают пассажиров общественного транспорта быть взаимно вежливыми и т. д.

Русские, английские и итальянские инструктивно-запретительные надписи реализуются в сходной коммуникативной ситуации и не слишком отличаются по содержанию. Действительно, нормы поведения в общественном месте (будь то музей, больница, тренажерный зал или торговый центр) являются примерно одними и теми же в России и Италии: не приветствуется курение, запрещено сорить, нельзя шуметь и т. п. И некоторые объявления дословно – или практически дословно – дублируют друг друга: *Vietato fumare* – Курение запрещено, *E' vietato introdurre I cani* – Вход с собаками запрещен. Однако куда более многочисленными являются инструктивно-запретительные надписи, которые, совпадая по содержанию, отличаются по форме (употребленным в них словам или грамматическим

конструкциям). Именно на них будет сосредоточено наше внимание, поскольку они, с нашей точки зрения, могут послужить материалом для выводов об особенностях национального характера и системы ценностей представителей трех культур на основании лингвистического и культурологического анализа языкового материала. Запреты и инструкции являются одними и теми же (или очень похожими), в то время как форма, в которой он выражаются, обладает национальной спецификой и может немало рассказать о народе, его ценностях и привычках.

3.1. ИНСТРУКТИВНО-ЗАПРЕТИТЕЛЬНЫЕ НАДПИСИ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ПУБЛИЧНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ

3.1.1. Речевой жанр публичного объявления в современной науке

Публичные объявления – широкое и неоднородное языковое явление, в состав которого входят разнообразные по тематике, композиции и стилю письменные высказывания. Они связаны с единой коммуникативной ситуацией (пребывание человека в общественном месте) и характеризуются, таким образом, общей функцией (предписывают человеку какие-то действия или предоставляют информацию) и сферой бытования (общественное место). «Общественное место» мы понимаем достаточно широко: это и государственные учреждения, и учебные заведения, и театры, и кафе, и музеи, и спортзалы. Все перечисленные заведения предполагают следование некой поведенческой модели, которая предписывается человеку извне. Они противопоставлены частной, личной территории человека, где он более свободен в своем поведении, а ограничения, которые налагает на свое поведение, определяются им самим и связаны со сферой морали, этики.

В настоящее время публичные объявления часто привлекают внимание исследователей, но как лингвистический объект исследованы в недостаточной степени. Например, по мнению Д.И. Медведевой, общественные знаки в настоящее время изучены фрагментарно [Медведева, 2008]. В то же время высока значимость этих знаков как фактора, влияющего на межкультурную коммуникацию: это едва ли не первое,

с чем сталкивается человек в инокультурной среде; общественные знаки являются непосредственными регуляторами поведения и выразителями норм той или иной культуры посредством языка.

Широкую известность получило лингвокультурологическое исследование немецких публичных объявлений (в сопоставлении с английскими), проведенное А. Вежицкой [Вежицкая, 1999]. Этот анализ достаточно часто упоминается в работах отечественных исследователей [Куликова, 2004; Медведева, 2007; Медведева, 2008; Покровская, 2005; Бокова, 2007].

Наряду с термином «публичные объявления» А. Вежицкая использует термин «общественные знаки», а точнее, «public signs», которое переводчик решил перевести буквально. В примечании от редактора мы находим утверждение о том, что «public signs» – это объявления, вывески, лозунги, адресованные любому потенциальному адресату и никому конкретно [Вежицкая, 1999, с. 682]. Другими словами, мы имеем дело с обширной группой сообщений, которые можно рассматривать как особый речевой жанр. Как уже указывалось, М.М. Бахтин понимал под речевыми жанрами «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [Бахтин, 1997, с. 163].

Наряду с терминами «публичные объявления» и «общественные знаки» используется также выражение «информативно-запретительные знаки» [Покровская, 2005]. Кроме того, как указывает Д.И. Медведева, «в лингвистической литературе отсутствует терминологическое единообразие в обозначении текстов данного типа: существуют термины «публичные директивы», «информативно-регулирующие указатели», «инструктивные общественные указатели», «публичные надписи», «общественные знаки». Разнообразие терминов обусловлено различием подходов к исследованию данных текстов» [Медведева, 2008, с. 12].

Д.И. Медведева предложила собственное определение общественных знаков, которое включает перечень наиболее существенных лингвистических признаков. Согласно этому определению, общественные знаки – это «особый тип текстов, которые отличает ряд лингвистических и экстралингвистических характеристик: краткость объема, стандартизированность, однозначность, императивность, обобщенность адресата, бессубъектность, отсутствие эмоционально-экспрессивной

окрашенности, функциональная направленность на регулирование поведения граждан в общественных местах путем информирования или напоминания потенциальным адресатам о необходимости соблюдения принятых в обществе норм поведения» [там же, с. 13].

В действительности все перечисленные термины в своей массе совпадают лишь отчасти. Другими словами, они в значительной степени пересекаются, но при этом не являются точными синонимами.

Термин «публичные директивы», используемый, например, в исследовании Л. В. Шориной [Шорина, 2007], предполагает, что речь идет о предписывающих высказываниях, которые адресованы всем без исключения. Использование термина «директив» имеет большую традицию и восходит к известной классификации речевых актов Дж. Серля, который наряду с директивами выделял репрезентативы, комиссивы, экспрессивы и декларации [Серль, 1986]. Согласно определению, данному этим исследователем, «директивы представляют собой попытки со стороны говорящего добиться того, чтобы слушающий нечто совершил» [там же, с. 176]. Директивам в английском языке посвящено подробное исследование Е.И. Беляевой [Беляева, 1992].

Однако термин «директив» вряд ли можно соотнести с некоторыми типами публичных объявлений (например, с названиями улиц или мемориальными досками, которые выполняют информирующую функцию). Тем не менее объединение подобных типов высказываний в одну категорию с публичными директивами представляется обоснованным. И основанием для этого служит ряд общих особенностей таких высказываний: их краткость и лаконичность, их адресованность максимально широкому кругу людей, их ориентация на регламентацию общественной жизни и поведения людей.

Термин «информативно-регулирующие указатели», используемый С.Г. Тер-Минасовой [Тер-Минасова, 2000], представляется достаточно широким, поскольку он охватывает и информирующую функцию подобных типов высказываний, и ее назначение – регуляцию поведения людей. В то же время использование в данном случае слова «указатель» не в полной мере отражает специфику подобного рода высказываний. Гораздо более удачным представляется более широкое наименование (например, «объявление», «надпись»). Кстати, С.Г. Тер-Минасова говорит об «информативно-регуляторской лексике», которая используется в подобных случаях.

Термин «информативно-запретительные знаки», используемый Е.А. Покровской, представляется менее удачным по сравнению с выражением «информативно-регулятивные указатели». Ведь подобного рода высказывания далеко не всегда используются для того, чтобы выразить запрет. Подобные высказывания могут передавать информацию, предостерегать, предупреждать и даже советовать.

По всей видимости, на выбор именно такой номинации повлиял конкретный материал, рассмотренный А. Вежбицкой в уже неоднократно упоминавшейся работе. Но следует иметь в виду, что А. Вежбицкая не ставила себе целью описать все общественные знаки. Она анализировала лишь конкретную их разновидность, что было оправданно в связи с исследованием концепта «запрет» в немецкой лингвокультуре, а также соответствующих культурных сценариев.

Удачной представляется характеристика «публичные надписи», несмотря на ее нейтральность.

В таком же расширительном смысле следует трактовать и понятие «общественные знаки», используемое А. Вежбицкой в цитируемой работе. Однако трактовка данного термина, связанная с языковыми указаниями и предписаниями, не кажется совершенно оправданной. Она должна быть еще более широкой. Термин «общественные знаки», по всей видимости, целесообразно закрепить за любыми знаковыми средствами, которые специально созданы для того, чтобы оказывать воздействие на поведение людей. К общественным знакам следует отнести всевозможные указатели в виде стрелок или изображений человеческих фигур, запреты и предписания, выраженные исключительно графическими средствами (например, перечеркнутая дымящаяся сигарета), а возможно, даже сигналы светофора и знаки дорожного движения. Понятие «знак» нельзя ограничить только словами и высказываниями, поскольку оно является более широким и охватывает множество других явлений, которые выходят за пределы компетенции лингвистики.

В данной работе используется термин «публичные объявления». Следует отметить, что прилагательное «публичный» в данном случае позволяет противопоставить «публичные объявления» просто «объявлениям», или «частным объявлениям» (в которых сообщается, например, о сдаче в аренду или желании снять квартиру, рабочей вакансии и т. д.) (см., например, [Бровкина, 2001; Гагарская, 2005]).

Публичное объявление адресовано всем и предназначено для всех. Бесспорно, автор объявления в собственном смысле этого слова, то есть простого объявления, заинтересован в том, чтобы о его предложении или потребности узнало как можно больше людей. Однако слово «публичный» в данном случае подчеркивает тот факт, что информация, которую передает объявление, имеет более высокую общественную значимость, чем обычное частное объявление. Результатом функционирования последнего являются, как правило, сделка или какое-то совместное действие. Публичное объявление в идеале имеет следствием некоторое поведение, которое характеризует всех без исключения людей (то есть массового адресата).

Следует также учитывать, что он в целом соответствует наименованию, которое использовала А. Вежбицкая. «Публичный» – это, наряду с «общественный», естественный вариант перевода для английского прилагательного «public». В то же время термин «публичное объявление» позволяет исключить из анализа публичные знаки, представляющие собой изображения.

3.1.2. Проблема классификации публичных объявлений и инструктивно-запретительных надписей

Одна из очевидных возможностей классификации публичных объявлений заключается в выделении их структурных схем, то есть чисто грамматических моделей, по которым публичные объявления строятся. Такая попытка предпринимается, например, в работе Л.В. Шориной, посвященной публичным директивам [Шорина, 2007, с. 13]. К сожалению, в указанной работе специальные обозначения, используемые при описании той или иной грамматической модели, не расшифровываются и не разъясняются, а примеры структурных схем отсутствуют, что не позволяет оценить полноту предложенного автором описания.

Однако этот подход вряд ли в полной мере применим к исследованию речевого жанра. Публичное объявление может быть распространенным, развернутым и даже представлять собой достаточно большой по объему текст. К тому же выводу приходит сама Л.В. Шорина, которая пишет: «Публичный директив может реализовываться как на

уровне высказывания (микротекста), так и на уровне текста (макrorечевого акта)» [Шорина, 2007, с. 6]. Как будет показано ниже, с этим выводом необходимо согласиться, и исследование должно быть расширено и распространено на любое публичное объявление, а не только директивное, предписывающее.

С.Г. Тер-Минасова выделяет виды информации, которую передают информативно-регулирующие указатели (именно этот термин использует автор):

- 1) собственно информация;
- 2) инструкция (вид информации, который сообщает, что надо делать);
- 3) запрет (вид информации, который сообщает, что не надо делать);
- 4) предупреждение (вид информации, который мягче, чем запрет, но имеет оттенок угрозы) [Тер-Минасова, 2000, с. 232–234]

Данная классификация, прежде всего, является достаточно компактной. Вследствие этого она не содержит большого количества элементов, которые не всегда легко адекватно противопоставить друг другу и тем самым различить.

В то же время некоторые примеры, которые приводит С.Г. Тер-Минасова, имеют признаки, позволяющие отнести их одновременно к двум разным категориям. В частности, собственно-информативные указатели автор иллюстрирует при помощи надписи *Operator will open the door* (*Оператор откроет дверь*). Бесспорно, это утвердительное суждение несет информацию. По форме оно является описательным. Однако при этом не менее очевидно, что данное публичное объявление сообщает о том, чего не надо делать: оно предписывает не пытаться открыть дверь самостоятельно. Следовательно, мы могли бы отнести этот пример к категории запретов, хотя и выраженных косвенно. И из данного публичного объявления нетрудно вывести прямое предписание, которое может быть сформулировано следующим образом: «Ожидайте, когда оператор откроет дверь».

Таким образом, публичные объявления можно классифицировать по двум признакам:

- по формально-грамматическому признаку (то есть в зависимости от морфологической и синтаксической природы главного компонента публичного объявления);

- по коммуникативно-прагматическому признаку (то есть в зависимости от природы речевого акта, который стоит за публичным объявлением).

В данной работе предлагается иной подход. Все публичные объявления делятся на две крупные, но не одинаковые по своим объемам категории:

- 1) публичные объявления, ориентированные на объект (описательные публичные объявления). Такие публичные объявления являются чисто информативными. Они могут быть как краткими и даже односложными (название магазина, улицы, площади), так и достаточно развернутыми (мемориальная доска);
- 2) публичные объявления, ориентированные на действия (инструктивно-запретительные надписи). Таким объявлениям присуща определенная модальность (запретительная, побудительная, инструктивная, рекомендательная и т. д.)

Это членение представляется весьма существенным для классификации публичных объявлений.

Предлагаемая классификация не опирается ни на формально-грамматический, ни на коммуникативно-прагматический критерий. Выбор между номинативной и глагольной формой, избираемой в качестве формы главного компонента публичного объявления, задает лишь общее грамматическое значение. Однако эта форма не указывает на характер информации, которую стремится передать автор публичного объявления. В частности, надписи *Выход* и *Exit* по своей форме являются номинативными, однако они содержат и скрытую инструкцию. Данным надписям может быть приписан смысл «Выходить следует здесь» или «Выходите здесь».

3.1.3. Своеобразие речевого жанра инструктивно-запретительных надписей

В речевом жанре инструктивно-запретительных надписей можно выделить центр (ядерную часть) и периферию. Его ядро составляют объявления, в которых запрещение или инструкция выражены вербальными средствами («Не прислоняться!», «Не курить», «Автомобили не ставить»). Однако многочисленными являются инструктивно-

запретительные надписи, где запрещение или инструкция выражены имплицитно («Вознаграждение официанту приветствуется, но всегда остается на ваше усмотрение», «Уважаемые дамы и господа! В целях Вашей безопасности в помещении театра установлены пишущие видеокамеры. Администрация. Улыбнитесь, Вас снимают!», «Офис находится под видеонаблюдением», «Места для пассажиров с детьми и инвалидов» и т.д.). Такие объявления находятся на границе между речевыми жанрами инструктивно-запретительных надписей и информационных объявлений (последние совпадают с инструктивно-запретительными надписями по сфере бытования – они также встречаются в общественных местах, однако несут на себе лишь коммуникативную функцию – передачи информации, в то время как инструктивно-запретительные надписи ориентированы на то, чтобы не только донести до адресата информацию, но и побудить его к какому-то действию).

По сфере бытования инструктивно-запретительные надписи сближаются также с речевым жанром фатических объявлений («Добро пожаловать», «Мы рады Вас видеть», «Мы открылись»), которые также встречаются в общественных местах, однако направлены не на побуждение к действию или препятствие какому-либо действию (как инструктивно-запретительные надписи) и не на донесение информации (как информационные объявления), а на привлечение внимания человека, установление контакта с ним.

На периферии речевого жанра инструктивно-запретительных надписей находятся также развлекательные объявления, широко представленные в общественном транспорте («Прижимаясь ближе к соседу, вы дарите надежду людям на остановке», «Говорите остановки громче: водитель глухой. Но не стоит кричать: он еще и нервный», «Берегите дверь: это ваш единственный выход», «Кричите громче – есть шанс остановиться», «Не хлопай дверью – водитель путается»), близкие к речевому жанру шутки.

Инструктивно-запретительные надписи – это письменный речевой жанр. Это форма дистантной коммуникации (адресант и адресат разделены временем и пространством), которая не предполагает ответной вербальной реакции. Вероятно, можно говорить о монологичности данного речевого жанра. Инструктивно-запретительные надписи призваны донести до адресата некую информацию, но «ответа» (а точнее, реакции) от него ждут не на словесном уровне, а на уровне действий.

3.1.4. Иконические знаки в составе инструктивно-запретительных надписей и их функции

Специфической чертой речевого жанра инструктивно-запретительных надписей является использование в них как вербальных, так и иконических знаков. При этом можно выделить три варианта:

- надпись представлена только вербальными знаками,
- надпись реализована только иконическими знаками,
- надпись представляет собой сочетание вербальных и иконических знаков.

По преимуществу данный жанр ориентирован на языковые средства выражения, однако распространенными являются перечеркнутые изображения фотоаппарата в музее, молнии на трансформаторной будке, мороженого на дверях магазина или роликовых коньков при входе в автобус, в которых без привлечения вербальных средств выражено запрещение. Следует отметить, что объектом нашего исследования являются надписи первого (надпись «Не курить») и третьего типов (перечеркнутое изображение сигареты и надпись «Не курить»).

Употребление иконических знаков в информационно-запретительных надписях преследует различные цели. Часто оно делает код избыточным (например, надпись «Идти только на зеленый свет», написанная зеленым, с изображенным рядом зеленым же человечком). Однако за счет этого они лучше выполняют свою коммуникативную функцию, легче привлекают внимание. С другой стороны, иконические инструктивно-запретительные объявления становятся единственно возможным средством коммуникации в ситуации соприкосновения носителей разных языков (например, в музеях, часто посещаемых иностранцами).

В ряде случаев, помимо коммуникативной функции, иконические знаки в составе инструктивно-запретительных надписей приобретают функцию эстетическую. Так, например, на рекламном щите, напоминающем водителям о необходимости сбросить скорость перед пешеходным переходом, нарисован плюшевый мишка верхом на зебре и написано: «Зебра главнее лошадей», а на дверях итальянского магазина мы видели изображение собаки, «говорящей»: «Noi rimaniamo

fuori» («Мы остаемся снаружи»). В таких объявлениях информативная функция речи не является единственной и сочетается с эстетической, они апеллируют к эмоциям, юмору человека.

Иконические знаки могут использоваться в инструктивно-запретительных надписях также в качестве эвфемизма: в одном из кафе г. Ростова-на-Дону вместо привычной надписи «Туалет» (или еще более лаконичного варианта – букв «М» и «Ж») на двери уборной находится надпись «Кто искал...», ниже которой нарисован унитаз. Здесь использование иконического изображения объясняется щекотливостью темы, которая относится в русской культуре к числу тех, которые не принято обсуждать открыто.

3.1.5. Тематические особенности речевого жанра инструктивно-запретительных надписей

Собранные в общественных местах России, Великобритании и Италии инструктивно-запретительные надписи являются весьма разнообразными (а порой и весьма неожиданными) по тематике. Мы обращались в поисках материала как к официальными заведениям (таким, как музеи, банки, больницы), так и просто к общественным местам (кафе, спортзалам, магазинам, транспорту, даже общественным уборным) с целью сделать наши выводы максимально полными и получить как можно более целостное представление об исследуемом нами речевом жанре.

В силу разнородности собранного материала он с трудом поддается систематизации и классификации с точки зрения тематики. Однако отвлекаясь от конкретных значений и обобщая, можно говорить об инструктивно-запретительных надписях побудительного и запретительного характера. Первые предписывают читателю какие-то действия («Держитесь левой стороны», «По вопросам отправления поезда обращаться в кассу», «Уважаемые дамы и господа! Администрация театра сердечно приветствует Вас и просит воздержаться от видео- и фотосъемки, а также отключить средства мобильной связи», «При аварии выдавить стекло, нажать кнопку и открыть двери ручную», «При входе в читальную зону по билету разового посещения иметь при себе паспорт»), вторые, напротив,

запрещают («Не прислоняться!», «Не курить», «Автомобили не ставить», «Въезд на склад не закрывать», «Въезд. Машины не ставить», «Выезд. Машины не ставить», «Опасная зона. Работает кран. Машины не ставить»).

Побуждение к действию и запрещение может быть выражено на словесном уровне (через глагол в форме повелительного наклонения, запретительный инфинитив, императив и т.д.) или же быть скрытым, подразумеваться («Вознаграждение официанту приветствуется, но всегда остается на ваше усмотрение», «Уважаемые дамы и господа! В целях Вашей безопасности в помещении театра установлены пишущие видеокamеры. Администрация. Улыбнитесь, Вас снимают!», «Офис находится под видеонаблюдением», «Места для пассажиров с детьми и инвалидов» и т.д.). Последние инструктивно-запретительные надписи близки к информационным объявлениям («Вход», «От себя», «Запасной выход» и т.д.) и, вероятно, находятся на границе двух речевых жанров. Такие объявления, содержащие в себе запрет или побуждение к действию, однако не выражающие его явно, в равной степени являются как информационными, так и инструктивно-побудительными.

3.2. ФОРМАЛЬНО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОГО ЖАНРА ИНСТРУКТИВНО-ЗАПРЕТИТЕЛЬНЫХ НАДПИСЕЙ В РУССКОЙ, ИТАЛЬЯНСКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Любой язык располагает определенным набором средств для непосредственного выражения предписаний или запретов. Эти средства неравнозначны, поскольку система любого языка уникальна и развивается, трансформируется независимо от других языков. Тем не менее несмотря на все различия между ними, языки сопоставимы, и одним из оснований для сопоставления являются семантика и прагматика, то есть нематериальные стороны языка, речи, дискурса.

Именно поэтому необходимо рассмотреть основные способы выражения запретов и предписаний в инструктивно-запретительных надписях трех рассматриваемых лингвокультур.

3.2.1. Предписания и запреты в русских инструктивно-запретительных надписях

Формы глагола. Для русской лингвокультуры характерны публичные объявления, в которых директива выражается посредством инфинитива:

Не прислоняться; Не курить!; Автомобили не ставить; Въезд на склад не закрывать; Въезд. Машины не ставить; Машины не ставить!; Въезд не закрывать!; Руками не трогать; Без упора не работать; Не сорить!; По газонам не ходить!; Проезд не перекрывать – выезд дежурной машины!; По вопросам отправления поезда обращаться в кассу; При аварии выдавать стекло, нажать кнопку и открыть дверь ручную; При входе в читальную зону по билету разового посещения иметь при себе паспорт и т. д.

Как видно из приведенных примеров, инфинитивные предложения могут выражать как запрет (в этом случае они выступают в сочетании с отрицательной частицей *не*), так и предписание или инструкцию. Общим для русских инфинитивных предложений является значение «желаемость, необходимость, возможность или невозможность осуществления действия, процессуального состояния» [Краткая русская грамматика, 1989, с. 456]. В инфинитивных публичных объявлениях реализуется одно из частных значений инфинитивных конструкций – «субъект – его действие, состояние, которое обусловлено чьей-то волей либо осознается как целесообразное» [там же, с. 457].

В то же время для русской лингвокультуры характерны и публичные объявления, выраженные императивной формой глагола как в единственном, так и во множественном числе:

Не влезай – убьют!; Не прыгайте с платформы!; Пожалуйста, не курите близко у окон; Берегись автомобиля!; Уважаемые пассажиры! Будьте взаимно вежливы. Уступайте первые 6 мест для сидения людям пожилого возраста и пассажирам с детьми; Уважаемые пассажиры! Деньги и билеты проверяйте не отходя от кассы. Администрация; Придерживайте дверь; Уходя, выключайте, пожалуйста, свет.

При этом инфинитивная конструкция в данном контексте является более частотной, что следует из приведенных выше примеров.

Будучи синонимичными, императивные и инфинитивные конструкции не являются, тем не менее, взаимозаменяемыми. Императив – это личная форма глагола, которая ориентирована на диалог и ответную реплику. Другими словами, запрещение в форме императива оставляет возможность (хотя бы теоретическую) для ответной реакции, возражения и контраргумента (пусть никому в голову не придет спорить с объявлением, однако в сознании человека все равно остается возможность сказать: «Я не буду этого делать»). В то же время инфинитив – безличная форма глагола – даже теоретически не допускает диалога, возражения, он изначально предполагает безусловное и безоговорочное подчинение и не терпит возражений (вспомним, что команды собаке – существу, от которого не ждешь возражений, – отдаются в форме инфинитива в значении императива: *Сидеть! Лежать! Взять!*). Ориентированностью на диалог конструкций с глаголом в форме повелительного наклонения и безличностью конструкций с инфинитивом в форме императива объясняется тот факт, что инструктивно-запретительные сообщения с глаголом в форме императива, как правило, содержат в себе обращение (*Уважаемые студенты! Уважаемые посетители! Уважаемые дамы и господа! Уважаемые пассажиры!* и т.д.), а конструкции с инфинитивом его, как правило, не содержат (фразы *Уважаемые студенты! Не курить!* или *Дамы и господа! Машины не ставить!* звучали бы не совсем естественно).

Ограничение на сочетаемость инфинитивных конструкций подтверждается эмпирическими данными. В собранном материале встретилось лишь одно объявление, где запретительный инфинитив сопровождался обращением: «*Уважаемые посетители! Сауна работает с 17.00. Самостоятельно сауну не включать. Администрация.*». Однако здесь обращение и запретительная конструкция находятся в дистантной позиции, так как между ними помещено еще одно предложение, нарушающее их непосредственную связь, что делает подобную фразу допустимой, хотя она все равно не воспринимается носителями русского языка как полностью грамотная.

Категоричность инфинитивной конструкции только подчеркивается аномальностью ее сочетания с обращением. Как будет показано

далее, наличие обращения – это одно из важнейших средств смягчения запрета или предписания, содержащегося в публичной надписи.

Глагол *запрещать* и его синонимы. В русской лингвокультуре запрет часто выражается описательно, при помощи страдательного причастия от глагола запрещать:

*Проход **запрещен** – идут аварийные работы; Уважаемые покупатели! Распитие спиртных и слабоалкогольных напитков **строго запрещено!** Администрация; Стоянка авто **запрещена**. Опасность схода снега с крыши!; Вход в зал в верхней одежде **запрещен**; Торговля на территории магазина **запрещена!** За нарушение штраф; Парковка **запрещена**; Фото- и видеосъемка **запрещены**.*

Как видно из приведенных примеров, запрет типично выражается сочетанием страдательного причастия от глагола *запрещать* с отглагольным существительным, обозначающим действие. Возможен также вариант «глагол *запрещаться* + инфинитив, обозначающий запрещаемое действие»: *Курить запрещается*.

Косвенное выражение запрета или предписания. Наконец, в русской лингвокультуре встречаются случаи косвенных запретов и предписаний:

Читатели в верхней одежде не обслуживаются; Внимание! Магазин находится под видеонаблюдением; Уважаемые покупатели! ТД «РостовЦУМ» 9 мая работает с 10.00 до 19.00. Поздравляем Вас с праздником и приглашаем за покупками.

В первом примере описывается правило, которое отражает существующее положение вещей. Однако за ним скрывается предписание: «Вы должны сдать верхнюю одежду в гардероб». Это же предписание может быть осмыслено и как запрет: «Нельзя проходить в библиотеку в верхней одежде».

Второй и третий пример также строятся как констатация фактов, из которых адресат должен делать выводы самостоятельно. Внешне эти публичные объявления выглядят как информативные, однако служат для косвенного директивного воздействия. Сообщение о том,

что магазин находится под видеонаблюдением, направлено на предотвращение воровства («воровать запрещено»). При этом само по себе прямая формулировка данного запрета выглядела бы нелепой, так как запрет на воровство – это культурная и законодательно закреплённая норма, которая является очевидной. А потому данное публичное объявление следует рассматривать как угрозу-предупреждение («за вами наблюдают»). Наконец, указание на график работы в праздничные дни побуждает адресата согласовать свои планы с этим изменением графика.

3.2.2. Предписания и запреты в итальянских инструктивно-запретительных надписях

Глагол vietare и его эквиваленты. Основным лексическим способом выражения запрета в итальянском языке является глагол *vietare*: *E' vietato parcheggiare moto e biciclette sotto il portico* (Запрещено парковать мотоциклы и велосипеды под подъездом); *E' vietato buttare oggetti dal finestrino* (Запрещено выбрасывать любые вещи из окна); *Vietato fumare* (Курить запрещено) и т. д.

Любопытный материал для сравнения предоставляет объявление: *Vietato l'ingresso ai non addetti ai lavori*. Дословно эту фразу можно перевести как «Вход несотрудникам запрещен». Носитель русского языка переформулировал бы это предложение как «Вход разрешен только сотрудникам» (такое объявление можно часто встретить в НИИ, больницах и любых других организациях нашей страны). На примере данного объявления видим, что глагол *vietare* в итальянских инструктивно-запретительных надписях используется даже в тех случаях, когда русский человек, напротив, заменил бы его глаголом *разрешить*.

В итальянском языке встречаются даже объявления, где вместо глагола «*vietare*» используется однокоренное существительное *divieto*, «запрет»: *Divieto di affissionare* (букв. *Запрет расклеивать объявления*).

Наряду с грамматически правильной литературной конструкцией *e' vietato di...* в итальянских инструктивно-запретительных надписях встречается ее разговорный вариант, где опускается глагол-связка *essere* («быть») в форме 3 лица единственного числа настоящего вре-

мени (*e'*) и сохраняется причастие прошедшего времени *participio passato*. В русском языке глагол-связка в большинстве случаев остается невербализованным компонентом высказывания, в итальянском, напротив, его присутствие обязательно по правилам грамматики. Однако в живой разговорной речи зачастую сталкиваемся с пропуском глагола в личной форме, так как он несет на себе лишь грамматическое значение, легко восстанавливаемое из контекста коммуникативной ситуации, поэтому вербализуется только лексическое значение, сосредоточенное в причастии прошедшего времени – *participio passato*. Так, например, итальянцы гораздо чаще говорят просто «*Capito*», «*Capito?*» вместо литературно правильной и грамотной формы «*No capito*», «*Haì capito?*».

Влиянием разговорной речи можно объяснить такие объявления, как:

La chiesa e' benedetta. Vietato entrare in vestiti succinti (Церковь священна. Запрещено входить в короткой одежде), *Vietato salire a torso nudo* (Запрещено входить с голым торсом), *Vietato fumare* (Запрещено курить).

Часто глагол *запрещать* в русских инструктивно-запретительных надписях сочетается с наречием *строго* – в отличие от итальянского языка: в собранном материале лишь один раз встретилось выражение *e' assolutamente vietato*.

Глаголы *запрещать* и *vietare*, хотя и имеют сходное лексическое значение, все же не являются полными аналогами, на что указывают их синонимические ряды. «Словарь синонимов русского языка» под редакцией З.Е. Александровой [Александрова, 234] содержит следующий синонимический ряд глагола *запрещать*: *строго-настрого запрещать* (разг.), *воспрещать* (офиц.), *возбранять* (устар.), *заказывать* (устар. и прост.). Из этого синонимического ряда видно, что различие между приведенными глаголами заключается в их стилевой принадлежности, сфере употребления, в то время как лексическое значение сохраняется неизменным. В «Словаре русского языка» С.И. Ожегова указанные глаголы трактуются следующим образом: *возбранить* (устар.) – «то же, что запретить»; *воспретить* (офиц.) – «то же, что запретить»; *заказать* (устар.) – «сделать недоступным, запретить».

Глагол *vietare* является ключевым словом, находящимся во главе разработанного синонимического ряда, что свидетельствует о значимости соответствующего концепта в картине мира носителей итальянского языка. Глагол *vietare* является стилистически нейтральным и наиболее распространенным. Часто этот глагол управляет инфинитивом. Связь между ними осуществляется с помощью предлога *di*. В итальянском языке существует и широко употребляется однокоренное с этим глаголом существительное *divieto* («запрет»). Наиболее близким к данному глаголу по значению является глагол *proibire*. Нельзя говорить об их полной взаимозаменяемости, несмотря на то носители языка зачастую затрудняются определить разницу между глаголами *vietare* и *proibire*. На русский язык обе лексемы переводятся глаголом *запрещать*. Анализ контекстов, в которых употребляется глагол *proibire*, позволяет говорить, что он обозначает более строгий и категоричный запрет, который уместнее было бы называть приказом (например, *ai musulmani e' proibita la carne suina*, «мусульманам запрещено есть свинину»). Этот глагол (видимо, именно в силу безапелляционности) в инструктивно-запретительных надписях не встречается.

Достаточно употребительным в итальянском языке является синонимичный глаголу *vietare* глагол *impedire*. Он по значению соотносим с русским глаголом *препятствовать*. Менее распространенной является лексема *interdire*, так как имеет ограниченную сферу употребления: этот глагол используется для выражения религиозного или судебного запрета, в спортивной терминологии, в военной лексике, в технической сфере. Особой сферой бытования характеризуется также глагол *inibire*: он связан с медицинской сферой и используется для описания борьбы с развитием физических или душевных аномалий. Глагол *precludere* является особенностью официального стиля и в разговорной речи не употребляется. Лексема *ostare* также тяготеет к официальной речи и чаще всего встречается в составе выражения *niente osta che...* («ничто не препятствует тому, чтобы...»).

В инструктивно-запретительных надписях из всего этого ряда, весьма обширного, используется только глагол *vietare*. Он является наиболее удобным, так как нейтрален в стилистическом отношении, выражает запрещение не в такой категоричной и безапелляционной

манере, как *proibire*, и менее официален по сравнению с *precludere* или *ostare*. Таким образом, мы можем сделать предварительный вывод о том, что носители итальянской лингвокультуры избегают в инструктивно-запретительных надписях категоричного и безапелляционного тона, предпочитая использовать лексику с нейтральным лексическим значением.

Грамматическая форма «si-impersonale». В итальянском языке для выражения запрещения и инструкции широко используется грамматическая форма «si-impersonale». По значению она соответствует русским односоставным неопределенно-личным предложениям (в некоторых случаях тот же смысл можно передать путем пассивизации конструкции). Субъект действия в данных высказываниях мыслится как неопределенная, нерасчлененная совокупность людей. Приведем несколько примеров:

Si prega di portare I documenti n originale e fitocopia (Просят предоставлять документы в оригинале и ксерокопии),

Si ricorda che e' obbligatorio portare con se i seguenti documenti <...> (Напоминают, что обязательно предоставление следующих документов <...>),

Si avvisa la clientella che tutte le pratiche si pagano anticipamente (Предупреждают клиентов, что все услуги оплачиваются заранее),

Si avvertono I sigg. clienti che in caso di mancata lezione non preavvisata 24 ora prima, la lezione sara' considerata come fatta e devra' essere pagata (Предупреждают господ клиентов, что в случае пропуска урока без предварительного предупреждения за 24 часа он будет оценен как проведенный и должен быть оплачен).

Формы глагола при выражении запрета и предписания. В итальянском языке конструкции с инфинитивом служат исключительно для выражения инструкции: *Entrare adagio. Pericolo di carico e scarico* (Входить быстро. Погрузка и разгрузка опасны), *Uscita di sicurezza. In caso di emergenza rompere il vetro con il martelletto* (Запасной выход. В случае опасности разбить стекло молотком). Дело в том, что неопределенная форма глагола в сочетании с отрицательной частицей *non* в итальянском языке служит для образования отрицательной формы

повелительного наклонения 2 лица единственного числа: *parlare* – *говорить*, *parla!* – *говори*, *non parlare!* – *не говори*; *tradurre* – *переводить*, *traducchi* – *переводи*, *non tradurre* – *не переводи*. Таким образом, запретительный инфинитив в итальянском языке невозможен.

Инструктивно-запретительные надписи с глаголом в повелительном наклонении (*Non toccate I fili. Pericolo di morte* – *Не трогайте провода. Опасно для жизни*) в итальянском языке распространены менее остальных. Можно даже говорить об их единичности. Это связано с тем, что русское повелительное наклонение и итальянское *modo imperativo* нельзя считать полностью идентичными грамматическими категориями, несмотря на то что они имеют общее основное значение – побуждение к действию – и сходное образование (оба образуются синтетически с помощью особых флексий). Значение русского повелительного наклонения является более широким по сравнению с итальянским *imperativo*: оно может выражать, в зависимости от ситуации, приказ, команду, просьбу и самую униженную мольбу. *Imperativo* же теоретически можно использовать для выражения просьбы, однако носители итальянского языка избегают этого, потому что такая просьба звучит грубовато и напоминает приказ. Итальянский язык выработал другой, более вежливый, способ формирования просьбы (с помощью *modo condizionale* – условного наклонения). Нам представляется, что именно этим особым, тяготеющим к приказательности, значением *modo imperativo* в итальянском языке, и объясняется его практически полное отсутствие в инструктивно-запретительных надписях.

Наблюдения над особенностями употребления в данном речевом жанре грамматических форм инфинитива и повелительного наклонения подтверждают вывод о меньшей категоричности в выражении запрета или инструкции итальянских инструктивно-запретительных надписей по сравнению с русскими (в итальянских объявлениях отсутствует запретительный инфинитив, широко распространенный в русских, а повелительное наклонение, ассоциирующееся у носителей итальянского языка не с просьбой, а с приказом, встречается крайне редко). Также мы можем сделать вывод о том, что в сознании носителей русского языка существует представление о существовании высшей руководящей инстанции, которая имеет право навязывать им некие действия и которой они склонны подчиняться.

3.2.3. Предписания и запреты в английских инструктивно-запретительных надписях

Иная ситуация в плане выражения директивных смыслов складывается в английской лингвокультуре. Прежде всего, инфинитивные конструкции со значением поведения в английском языке невозможны, а потому для английских публичных объявлений более характерна императивная форма: *Please don't smoke; Help us keep our building smoke free.*

Кроме того, специфика английского языка позволяет использовать для запретов и предписаний конструкции с герундием: *No smoking* (Не курить); *No parking* (Нет стоянки, ср. русское Машины не ставить); *No trespassing* (Границы владений не нарушать); *No rollerblading* (На роликах не кататься); *No drinking or eating please* (Воздержитесь от еды и питья, пожалуйста).

Что касается запрета на курение, то конструкция *No smoking*, вероятно, может считаться интернациональной, поскольку она понятна и рядовым носителям русского языка, не владеющим английским языком, а также носителям других языков.

Следует отметить специфику конструкций с герундием. Их перевод при помощи русских инфинитивных конструкций может быть точным только в смысловом отношении, однако не передает большей мягкости английской конструкции. Использование в таких конструкциях герундия смягчает директиву. Во-первых, отрицательная форма императивного наклонения в английском языке (*Don't smoke*) в большей степени располагает к личной интерпретации, как если бы она была направлена на конкретное лицо. Во-вторых, герундий обозначает не конкретное действие, которое совершается (или не совершается) в определенный момент, а вид действия, действие вообще. Следовательно, конструкция типа *No smoking* оказывается безличной, обобщенной, как бы никому не адресованной и точно не направленной на конкретного адресата.

При этом стоит добавить, что у такой обобщенной подачи запрета имеются основания. Предписание *Don't smoke* в силу своей грамматической формы воспринимается человеком как адресованное ему лично. Но очевидно, что курение – это привычка, которая присуща далеко не всем людям. Следовательно, использовать прямую импера-

тивную конструкцию для выражения запрета не совсем правомерно. В самом деле, зачем привязывать запрет к каждому человеку лично? И тот, кто имеет привычку курить, и тот, кто ее не имеет, поймут конструкцию *No smoking* правильно, и никто не будет обижен. В итоге те, кто курит, воспримут эту конструкцию как относящуюся к ним лично; те же, кто не имеет такой привычки, скорее, воспримут эту надпись как указание на ожидаемое, вероятное, правильное положение вещей, которое их лично касается лишь косвенно.

Герундий связывает действие не с человеком непосредственно, он связывает его скорее с местом. В этом смысле английская конструкция *No smoking* гораздо точнее передается русской фразой *У нас (или здесь) не курят*, чем более традиционными для русских публичных объявлений конструкциями *Не курить* или *Курить запрещается*. В результате «агрессивность» коммуникативного воздействия снижается.

Для русских публичных объявлений предписывающего характера типична гораздо более выраженная жесткость, агрессивность и требовательность. Основным средством выражения запрета в русском языке является повелительное наклонение в сочетании с отрицанием: *Не кури*. Использование в той же функции инфинитива (*Не курить*) для русского языка является периферийным способом выражения той же иллокутивной силы. Однако при рассмотрении конкретного языкового материала именно эта конструкция оказывается более частотной. На этом основании ее можно считать типичной для русских публичных объявлений.

В данном случае предпочтение отдается инфинитивной конструкции, так как русская инфинитивная конструкции не допускает расхождений в интерпретации, то есть является однозначной. Ведь фраза *Не кури* может осмысляться и как приказ, и как требование, и как запрет, и как просьба, и как совет. *Не кури* может означать «не кури вообще» или «как было бы хорошо, если бы ты наконец бросил курить!»; *Не курить* однозначно означает запрет, причем запрет, распространяющийся на всех без исключения.

Для английской лингвокультуры гораздо более характерны ориентированные на действие публичные надписи, в составе которых имеются модальные глаголы. Для русского и итальянского языков этот способ не характерен.

Приведем несколько характерных примеров:

Luggage must not be placed on this shelf (Багаж нельзя класть на эту полку, букв. Багаж не должен клаться на эту полку); *Obstructing the doors can be dangerous* (Загораживание дверей может быть опасным); *Danger / High voltage / Passengers must not pass this point / Offenders will be persecuted / Staff working on the track must comply with safety instructions* (Опасность / Высокое напряжение / Пассажиры не должны проходить дальше / Нарушители будут наказаны / Сотрудники, работающие на трассе, должны действовать в соответствии с инструкциями по безопасности); *Doors that are held open may cause damage to the train and delay your service* (Двери, оставленные открытыми, могут причинить вред поезду и затруднить ваше обслуживание); *Touching can damage / Please enjoy looking* (Прикосновение способно причинить вред / Пожалуйста, наслаждайтесь, не прикасаясь (букв. «глядя»)).

Во всех этих случаях действие представляется сквозь призму модальных характеристик: долженствования (*must*), возможности (*can, may*). Как известно, модальные глаголы *can* и *may* различаются по смыслу и по-разному осмысляют такую более общую категорию, как «возможность». Первый из них обозначает возможность теоретическую, а также физическую или умственную способность совершить действие, второй – возможность допускаемую. В силу этого глагол *may* способен выражать разрешение [Кутузов, 1998, с. 68; Каменский, Каменская, 2002, с. 151–154]. Однако в данном случае эти различия не так существенны. Гораздо важнее то, что модальные глаголы используются в английских публичных объявлениях и являются для них частотными и типичными. В русской лингвокультуре модальные оценки встречаются не так часто.

В английской лингвокультуре более разработанными являются и средства оценки действий как допустимых или недопустимых, которая осуществляется при помощи лексических средств. Как уже указывалось, в русской лингвокультуре очень частотным и фактически единственным средством является слово *запрещать*, а точнее, его формы (страдательное причастие *запрещено* и возвратный глагол *запрещается*). В английской лингвокультуре набор средств, указывающих на запрет, гораздо более разнообразен:

No smoking / It is against the law to smoke in this station // No alcohol / Possession of an open container of alcohol is prohibited at this station. In addition, possession of an open container of alcohol on Underground train service is an offence under Byelaws of the London Regional Transport Railway Byelaws; Unauthorised entry to this site is strictly forbidden (Проход в данное место без разрешения строго запрещен)

Кроме того, в английской лингвокультуре гораздо чаще лексическим средствами указывается характер речевого акта или ограничение дается конкретная характеристика нормы:

Unless otherwise stated, electronic devices are not permitted... (букв. Пока иное не установлено, электронные механизмы не позволены...); Construction works in progress // Parents are advised to warn children of the dangers of entering this site (Строительные работы / Родителям рекомендуется предупредить детей об опасностях, связанных с проникновением в это место).

Примечательно, что в обоих из приведенных примеров используется пассивная форма, которая позволяет вывести субъекта разрешения и совета за пределы предложения, не называя его. Такую пассивизацию можно рассматривать как одно из средств подчеркивания общезначимости информации и уменьшения личного начала в публичном объявлении (ср. рус. *запрещено*).

3.3. ЛИЧНЫЕ ФОРМЫ В РУССКИХ И ИТАЛЬЯНСКИХ ИНСТРУКТИВНО-ЗАПРЕТИТЕЛЬНЫХ НАДПИСЯХ

Особого рассмотрения, на наш взгляд, заслуживает грамматическая категория числа глагола, которую «Русская грамматика» определяет как «систему противопоставленных друг другу форм, выражающих отнесенность действия к одному субъекту или к нескольким субъектам, т. е. противопоставленность действий по единичности или по множественности». Эта грамматическая категория, таким образом, является номинативной, т.е. непосредственно отражает вневя-

языковую действительность. Выбор говорящим единственного или множественного числа обусловлен не законами сочетаемости (как, например, род, число и падеж имени прилагательного, которые согласуются с соответствующими показателями имени существительного), а внеязыковыми факторами.

Тот факт, что в составе инструктивно-запретительных надписей глагол в повелительном наклонении в большинстве случаев употребляется именно в форме множественного числа (2 лица) объясняется экстралингвистически: адресатом в речевом жанре инструктивно-запретительных надписей является множество людей одновременно. Множественное число здесь употребляется в своем основном значении – «соотнесенность действия... более чем с одним производителем» («Предъявляйте, пожалуйста, ваше удостоверение личности или студенческий билет», «Соблюдайте дистанцию!», «Уважаемые клиенты! Поднимайте сливную ручку без резких движений. Спасибо», «Уважаемые пассажиры! Багажные тележки, коляски с детьми, инвалидные коляски перевозите в лифте!», «Держитесь левой стороны», «Звоните, пожалуйста» и др.).

В ряде случаев могут быть обнаружены отдельные употребления глагола в форме 2 лица единственного числа повелительного наклонения. Но функции такой грамматической формы являются различными в итальянском и русском языке. В итальянских объявлениях эта форма призвана интимизировать процесс общения, сократить дистанцию между адресантом и адресатом:

Usa la tessera sanitaria per prenotare i servizi allo sportello – ci aiuterai a servirti meglio (Используй страховой полис для предварительного заказа услуг – так ты поможешь нам лучше обслуживать тебя).

Привлекает внимание тот факт, что в русских инструктивно-запретительных надписях случаи подобного употребления практически не встречаются. Исключением могло бы послужить объявление *Приходи к нам каждый день*, помещенное на дверях магазина игрушек, однако не исключено, что в данном случае выбор формы единственного числа обусловлен спецификой адресата, ведь это объявление обращено прежде всего к детям.

В русских инструктивно-запретительных надписях грамматическая форма 2 лица единственного числа повелительного наклонения употребляется для выражения в самой категоричной и безапелляционной манере инструкции, которую уместнее было бы назвать приказом: *Стой!; Предъяви пропуск!; Водитель, стой! Выйти из машины. Предъявить документы.* В ряде случаев употребление «ты»-формы дополнительно мотивировано тем, что содержащаяся в объявлении информация является особо важной, а невыполнение инструкции может привести к самым трагическим последствиям: *Не влезай – убьют!; Берегись автомобиля.* Однако в итальянских инструктивно-запретительных надписях в аналогичных случаях глагол употребляется в форме 2 лица множественного числа: *Non toccate I fili. Pericolo di morte* (*Не трогайте провода. Опасно для жизни*).

Вероятно, здесь мы сталкиваемся с двумя разными представлениями о коннотативной окраске форм «на ты» и «на Вы». Для представителей итальянской культуры она ассоциируется с неформальным, интимным, дружеским общением. Подчеркнуто вежливое обращение используется лишь по отношению к людям, занимающим гораздо более высокое положение на социальной лестнице и, по нашим наблюдениям, в целом используется реже по сравнению с Россией. Все сталкивавшиеся с представителями этой культуры отмечают особую легкость итальянцев в переходе к более неформальному общению с людьми даже малознакомыми. «Панибратское» обращение, у русских ассоциирующееся с распушенностью и невоспитанностью, для итальянцев является знаком искреннего расположения и дружелюбия. Поэтому то, что для русских является нарушением норм социального взаимодействия (например, обращение «на ты» студента к профессору) в Италии не вызывает удивления. Эти выводы подтверждаются наблюдениями за употреблением в итальянских инструктивно-запретительных надписях притяжательных прилагательных 2 лица единственного числа *tuo, tua* («твой», «твоя») в случаях, где в аналогичных русских инструктивно-запретительных надписях используются местоимения *Ваш, Ваша, Ваше*:

A destra se il tuo numero si lampeggia, devi andare allo sportello (Если справа загорается твой номер, ты должен подойти к окошку), *Gli sportelli hanno velocita' diverse, ma il tuo turno e' rispettato* (Очередь у

окошек движутся с разной скоростью, но твоя очередь уважается). Ср.: Уважаемые посетители! В целях Вашей безопасности в помещении театра установлены пишущие видеокамеры. Администрация. Улыбнитесь, Вас снимают!; Вознаграждение официанту приветствуется, но всегда остается на ваше усмотрение.

В сознании русских, напротив, форма 2 лица единственного числа связана с приказом. «Тыканье» воспринимается как неуважение и расценивается как знак пренебрежения. Подчеркнуто вежливое обращение является традиционным в русской культуре, где нормой является обращение «на Вы» не только к людям с более высоким социальным статусом, но и равным по общественному положению. Обращение «на ты» между русскими людьми свидетельствует об особой близости между людьми, длительном знакомстве, взаимном доверии.

Подчеркнуто вежливое обращение воспринимается русскими положительно и является знаком уважения к своей персоне. Об этом свидетельствует тенденция писать личное местоимение 2 лица множественного числа с большой буквы (Вы), тем самым подчеркивая, что это обращение не ко многим людям сразу, а к одной персоне:

Приглашаем Вас по вакансии: бухгалтер с опытом работы; Мы переехали! Ждем Вас по адресу: 14 линия, 55; Уважаемые покупатели! ТД «РостовЦУМ» 9 мая работает с 10.00 до 19.00. Поздравляем Вас с праздником и приглашаем за покупками; Уважаемые клиенты! Мы ждем Вас по адресу: г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский 3/3».

И это несмотря на то, что такое написание является нарушением орфографических норм русского языка, согласно которым написание личного местоимения в форме 2 лица множественного числа с заглавной буквы допускается только при письменном обращении к одному конкретному лицу, лично знакомому автору высказывания, но никак не ко множеству лиц (пусть даже и уважаемых).

В итальянских инструктивно-запретительных надписях формы вежливого обращения *Lei*, которая, в отличие от русского языка, совпадает не с формой 2 лица множественного числа, а с формой 3 лица единственного числа, мы не встретили ни разу. Это, на наш взгляд,

еще раз свидетельствует о том, что куртуазная форма обращения в сознании итальянцев связана не с особым уважением, а с излишней официальностью, которой эта жизнерадостная и живая нация избегает как в реальном общении, так и в инструктивно-запретительных надписях.

Интересные наблюдения по поводу особенностей употребления формы «на ты» и «на Вы» позволяет сделать сравнительный анализ объявлений, посвящен чистоте. Естественно, что как русское, так и итальянское общество (как и любое цивилизованное общество) негативно относится к мусору на улицах, однако, формулируя директивы, представители двух культур используют различные формы. В нашей стране, как правило, пишут *Не сорить*. Как мы видим, здесь использован запретительный инфинитив – самая строгая и категоричная форма выражения запрета, даже теоретически не допускающая неповиновения. В Италии, напротив, читаем: *La stazione e' anche la tua. Aiutaci a mantenerla pulita* – Вокзал принадлежит и тебе тоже. Помогите нам содержать его в чистоте. Здесь используется повелительное наклонение – личная и, соответственно, более человечная форма. А панибратское обращение «на ты», как нам кажется, призвано сократить коммуникативную дистанцию между участниками коммуникации, сделать общение менее формальным: адресата как будто приглашают вступить в круг людей, которым небезразлична судьба города, принять участие в общем деле (что сильно отличается от объявления *На прилежащей территории BET CITY – не мусорить*, по прочтении которого возникает вопрос: «А не рядом с вашим магазином – можно?»). Совсем иная коннотативная окраска нам слышится в объявлении *Въехал в район – не мусори*, где также используется грамматическая форма повелительного наклонения 2 лица единственного числа, однако данное «ты» отличается от итальянского: оно оскорбительное и пренебрежительное (и вновь риторический вопрос к авторам: «Мусор за пределами вашего района вас не волнует?»)

Продолжая наблюдения над функциями обращения «на ты» в итальянских инструктивно-запретительных надписях, обратимся к объявлению:

Caro ospite, ti affidiamo la cura di questa stanza che e' appena stata ristrutturata: non rovinare I pareti con scotch, puntine, adesive, colle,

chiodi e altro. Ricorda che, alla tua partenza, se vi fossero constatati I danni ti verra' chiesto di pagare le spesa della nuova pittura (purtroppo, cara! Circa 350,00 euro)

Дорогой гость, мы поручаем тебе заботу об этой комнате, которая только что была отремонтирована: не порти обои скотчем, кнопками, наклейками, клеем, гвоздями и прочим. Помни, что после твоего отъезда, если будет обнаружен ущерб, ты будешь должен оплатить новую окраску стен (которая, к сожалению, дорогая и стоит около 350 евро).

Здесь все глаголы употребляются в грамматической форме повелительного наклонения 2 лица единственного числа. Гостиничный номер представляется практически живым существом, о котором надо заботиться, и все объявление звучит очень задушевно, как дружеское послание за счет обращения «дорогой», вводного слова «к сожалению». Не будем предаваться иллюзиям: ласковость эта объясняется весьма прагматичными соображениями (не случайно автор не поленился подробно перечислить все, что может нанести ущерб обоям, и упомянул о штрафе, хотя и мягко и ненавязчиво), но хозяину гостиницы представляется более выгодным и эффективным таким образом обратиться к клиентам (установить с ними дружеский контакт), нежели выдвигать четкие и безапелляционные директивы. Однако нельзя не почувствовать разницы, сравнивая данное объявление с многочисленными «Уважаемые клиенты! В нашем отеле строго воспрещается...», которыми пестрят русские гостиницы.

3.4. ВЕЖЛИВОСТЬ / КАТЕГОРИЧНОСТЬ ИНСТРУКТИВНО-ЗАПРЕТИТЕЛЬНЫХ НАДПИСЕЙ

В целом особенности выражения вежливости/категоричности инструктивно-запретительной надписи обусловлены грамматической системой конкретного языка. Однако в этом случае возможно выявить лингвокультурные особенности, связанные с частотой использования этих средств смягчения инструктивно-запретительных надписей, а также любопытными примерами, встреченными в одной из исследуемых лингвокультур.

3.4.1. Способы смягчения в итальянской лингвокультуре

Типичному для всех русских музеев объявлению *Руками не трогать* соответствует куда более пространный итальянский вариант *Per favore non toccate le sculture. Le superficie possono essere deneggate anche dalle mani pulite* (Пожалуйста, не трогайте скульптуры. Поверхность может быть повреждена даже чистыми руками).

Сразу же привлекает внимание слово *per favore* («пожалуйста»), с которого начинается итальянское объявление. В этом итальянские инструктивно-запретительные надписи практически не отличаются от английских, а также от многих современных русских (хотя традиционная русская модель не предполагает использования вежливых обращений).

Отметим также тот факт, что итальянцы, формулируя запрет, одновременно и аргументируют его. Роль мотивации аналогична и для английской, и для современной русской лингвокультуры, хотя в России мотивировка запрета или предписания не пользуется такой же популярностью.

Примечательны и грамматические формы, использованные в данных инструктивно-запретительных надписях: в итальянском объявлении глагол употребляется в форме повелительного наклонения (*non toccate*), в то время как в русском видим запретительный инфинитив – безличную форму, выражающую запрет в самой категорической и безапелляционной манере. Если мы зададимся вопросом, чем «Встаньте!» (или даже «Встань!») отличается от «Встать!», а «Дай!» (и тем более «Дайте!») отличается от «Дать», то поймем (или почувствуем), что второй вариант является более строгим, не терпит возражений, в то время как в первом остается потенциальная возможность возразить и не послушаться. К такому выводу на интуитивном уровне приходят даже не обладающие филологическим образованием носители языка. Филологи объясняют это тем, что повелительное наклонение, несмотря на то что выражает побуждение к действию, все-таки является личной формой глагола, а следовательно, предполагает некую реакцию со стороны адресанта или по крайней мере допускает его существование, в то время как инструкция в форме безличного инфинитива не предполагает диалога и какой-либо реакции. В этом

разница между императивом и запретительным инфинитивом, и в этом разница между «Non toccate» и «Не трогать».

О некоторых важных средствах смягчения категоричности инструктивно-запретительных надписей в итальянском языке (конструкции *si-impersonale*) мы уже писали, а других (например, конструкции с *grazie*) будет сказано чуть позже в связи с активными тенденциями в русских инструктивно-запретительных надписях. Остановимся на некоторых заслуживающих внимания способах снижения категоричности, встреченных в итальянском материале.

«Маскировка» запрета или предписания. Запреты и предписания в итальянской лингвокультуре достаточно часто смягчаются путем замены чисто императивных конструкций грамматическими формами, выражающими иные иллокутивные силы. Этот прием не является уникальным для итальянской лингвокультуры и используется в других лингвокультурах. Тем не менее, заслуживают внимания то, каким образом подобную «маскировку» осуществляют итальянцы.

В аэропорту города Римини нами было обнаружено объявление на итальянском языке, дублированное по-русски, что связано с большим количеством именно русских туристов, пользующихся данным аэропортом. Однако фразу *Уважаемые пассажиры! Не пересекать красную линию* никак нельзя счесть эквивалентом итальянского варианта *Per motivi di riservatezza si prega di rispettare la linea gialla* («По соображениям охраны личного пространства просят уважать красную линию»). Адекватно перевести данное объявление очень непросто, поскольку здесь употреблено слово *riservatezza*, не имеющее аналога в русском языке. Его можно перевести описательно, с помощью словосочетания («личное пространство», «индивидуальное пространство»), или же использовать иноязычное заимствованное слово *конфиденциальность*, или же провести параллели с английским словом *privacy*, которому посвящено множество лингвокультурологических исследований. Однако русскому человеку с его соборностью, коллективизмом, любовью к общению и разговорам по душам трудно понять, что же это такое и почему кому-то может быть неприятно, если ему заглядывают через плечо, чтобы прочесть, откуда он прилетел или куда направляется. Привлекает внимание тот факт, что в данном

объявлении используется глагол *rispettare* («уважать») применительно к существительному *линия*.

Имеется еще один пример «маскировки» запретов и предписаний, встреченный нами только в итальянском материале. Хорошо известное всем нашим соотечественникам объявление *Вход с собаками воспрещен* имеет практически дословное итальянское соответствие *E' vietato introdurre I cani*. Однако помимо этого, очень официально, варианта встречаются и другие, менее формальные: нарисованные собаки, которые «говорят»: *Io non posso entrare* (Я не могу войти), *Noi aspettiamo fuori* (Мы ожидаем снаружи), *Noi rimaniamo fuori* (Мы остаемся снаружи). Трудно сказать, какая именно иллокутивная сила скрывается за этими высказываниями; можно предположить, что это выражаемое собаками сожаление о том, что они вынуждены остаться снаружи, но не менее вероятным выглядит вариант, что собаки с картинки как бы сами напоминают хозяевам, как те должны поступить. В любом случае, отправитель данного сообщения едва ли не полностью отводит от себя внимание адресата, переводя его на животное. Вследствие этого такие надписи практически утрачивают характер предписания.

Смягчение негативных аспектов. С собаками связано и другое популярное русское объявление, украшающее заборы множества частных домов на просторах нашей родины: *Осторожно! Злая собака*. Собаки есть и в Италии, однако в словах *Attenti al cane* (Обратите внимание на собаку) нет угрозы, желания запугать прохожего.

При сопоставлении объявления *Берегись автомобиля* с итальянским вариантом *Macchine in movimento* (Машины в движении) замечаем, что во втором нет приказа или инструкции – адресату лишь предоставляется некая информация, но выбор остается за ним, никто не имеет права приказывать ему.

Подобные выводы делаем и при сравнении объявления *Не влезай! Убьет!* с итальянским *Alta tensione* (Высокое напряжение), где нет никакого запрещения и приказа, а лишь сообщается о некоем факте действительности – личность же остается вольна сама принимать решение и действовать тем или иным образом. По мысли итальянцев, никто не имеет права навязывать вам что-то и насильно врываться в вашу жизнь.

Все приведенные примеры показывают, что для итальянской лингвокультуры достаточно характерен отказ от прямого названия опасности. Адресат знает, чем могут быть опасны едущие машины, высокое напряжение или собаки, а потому предполагается, что он сам может сделать все необходимые выводы. Именно поэтому не возникает необходимости называть собаку непременно злой и писать о возможности смерти. На фоне русских инструктивно-запретительных надписей приведенные итальянские примеры выглядят очень мягкими.

3.4.2. Способы смягчения в английской лингвокультуре

Прежде всего, вежливость публичных объявлений в английской лингвокультуре выражается в частом использовании этикетных формул (please, sorry, thank you и под.):

Please ring for attention (Пожалуйста, дайте знать о том, что вы пришли); These doors are permanently closed. Please use alternative entrance (Эта дверь постоянно закрыта. Пожалуйста, воспользуйтесь другим входом); Please do not touch the objects (Пожалуйста, не трогайте экспонаты руками); We're sorry / You can't use this stairs / Please go into the store and use the escalators or lifts to get to other floors / Thank you / Selfridges & Co (Сожалеем / Вы не можете воспользоваться этой лестницей / Пожалуйста, войдите в магазин и воспользуйтесь эскалатором, чтобы попасть на другие этажи / Благодарим вас / Селфридж и Со); Please keep your bags with you at all times and report any unattended items or suspicious behavior to a member of staff (Пожалуйста, держите ваши сумки при себе все время и сообщайте о любых брошенных предметах или подозрительном поведении сотрудникам); Please keep feet off seats (Пожалуйста, не ставьте ноги на сиденья).

Кроме того, для английских публичных объявлений характерны извинения (которые встречаются и в русских публичных объявлениях, но гораздо реже):

Please accept our apologies for the inconvenience while we carry out a major refurbishment of the escalator (Пожалуйста, примите наши извинения по случаю беспокойств в связи с проведением ремонта эскалатора); The Royal Parks apologises (такая форма употреблена в исходном тексте) for any disruption or diversions caused by the building... (Королевский парк приносит свои извинения за причиненные неудобства, вызванные строительством...).

Наконец, еще одно в высшей степени типичное для англичан средство смягчения категоричности инструктивно-запретительных надписей – это их «номинализация». Номинативная модель иногда используется в ситуациях, когда более естественной представляется использование модели публичного объявления, ориентированного на действие. Это иллюстрирует следующий пример:

Penalty fare or prosecution / If you fail to show on demand a valid ticket for the whole of your journey or a validated Oyster card (Штраф или судебный иск / Если вам не удастся предъявить по требованию действительный билет на весь маршрут вашего следования или проездную карту).

Следует учесть, что в рассматриваемом случае, как и в подавляющем большинстве остальных, первое словосочетание набрано более крупным шрифтом, чем его разъяснительная часть. В данном случае выдвижение на первый план «объекта» (*penalty fare or prosecution*) позволяет, так сказать, заострить угрозу-предупреждение, поскольку любому человеку неприятно быть оштрафованным или оказаться в суде. Тем не менее номинативная конструкция в этом случае дополняется придаточным условия, которое разъясняет, при каких обстоятельствах человек преследуется и наказывается штрафом или как-то иначе.

В некоторых случаях публичные объявления намеренно строятся как ориентированные на некий объект, чтобы привлечь внимание к правилам обращения с данным объектом. В таких случаях само по себе указание на объект оказывается недостаточным, а потому в состав публичного объявления вводится развернутый комментарий, который не может быть опущен:

Baby buggies / Buggies can use this area if it is not needed by wheelchair user. Buggies may need to be folded at busy times (Детские коляски / Детские коляски могут занимать данное место, если в нем не испытывают необходимость люди на инвалидных колясках. Может возникнуть необходимость в складывании колясок во времена максимальной загруженности).

По большому счету, сама по себе надпись *Baby buggies* может рассматриваться как разрешение ставить коляски в определенном месте. Однако во избежание неправильного понимания авторы данного публичного объявления внесли более подробные комментарии. Прежде всего, надпись с изображением детской коляски может интерпретироваться как однозначное разрешение (а возможно, предписание) оставлять коляски именно в этом месте. Авторы публичного объявления расставляют приоритеты, указывая, что в случае необходимости место следует уступить обладателям инвалидных колясок, а коляски в «час пик» лучше складывать. В каком-то смысле это ограничивает права родителей, а также позволяет более точно выразить смысл: «ставить детские коляски не возбраняется, но это место не предназначено именно для них».

3.4.3. Активные тенденции в русских инструктивно-запретительных надписях

Новые элементы медленно проникают в инструктивно-запретительные надписи. Этот речевой жанр, с нашей точки зрения, является крайне консервативным, о чем свидетельствует огромное количество объявлений, сохранившихся неизменными с советских времен. Все так же пишут *Не курить* на стенах в коридорах официальных учреждений. По-прежнему читаем надписи *Машины не ставить* и *Въезд не закрывать* на воротах. А надпись *Руками не трогать*, которую мы видим в современных музеях, ничем не отличается от той, которую можно заметить в одной из сцен художественного фильма «Чародеи», снятого в 1982 г. И те новые тенденции, которые мы отметили в речевом жанре инструктивно-запретительных надписей, связаны с определенной сферой – сферой услуг, что легко объяснимо

с прагматически-экономической точки зрения. Нужно ли удивляться тому, что владельцы кафе, магазинов, банков, материальное благосостояние которых напрямую зависит от благорасположения и хорошего настроения адресата-клиента не ленятся формулировать свои инструкции в подчеркнуто (иногда даже приторно) вежливой форме, шутят и заигрывают с читателем и даже льстят ему? Наблюдая за инструктивно-запретительными надписями, функционирующими в государственных учреждениях (библиотеках, музеях), отмечаем, что они мало изменились по сравнению с советской эпохой.

Следует отметить тот факт, что клишированные, повторяющиеся из раза в раз инструктивно-запретительные надписи вовсе не всегда являются заимствованными из советской эпохи – некоторые из них появляются на наших глазах. Так, например, повсеместно распространилось стандартное объявление *Магазин находится под видеонаблюдением*; мало найдется владельцев магазинов, которые начиная новое дело или открывая новый филиал, не вешают над входом надпись *Мы открылись*. По количеству языковых клише и готовых формул, которые используют их составители, инструктивно-запретительные надписи близки к так называемому новоязу – «дубовому» языку бюрократических организаций. Крайне трудно оканчивается человеку вырваться из круга готовых формул и выражений типа *строго воспрещается, ответственности не несет, ценные вещи* и т.д.

Такие формулы удобны в силу привычности (к чему изобретать велосипед, если все уже давно – десятилетия назад – придумано и сказано за нас и можно не утруждать себя), но полностью обезличивают как адресанта, так и адресата. Очень трудно разглядеть живого человека за готовыми, шаблонными фразами. Но мы должны констатировать тот факт, что все чаще в последнее время составители инструктивно-запретительных надписей предпочитают использовать нестандартные объявления. Это, с нашей точки зрения, свидетельствует о росте стремлении к самовыражению в русских людях, которые больше не желают сливаться с толпой и быть как все, не боятся быть оригинальными, непохожими на других, позволяют себе оригинальность, стремятся выделиться в ряду себе подобных.

Об изменениях в менталитете русского человека свидетельствует тот факт, что факультативные, необязательные компоненты ком-

позиции получают в них все более широкое распространение. Факкультативными такие элементы можно признать, поскольку они не способствуют непосредственной реализации предназначения инструктивно-запретительных надписей – регламентации поведения людей в общественных местах. Тем не менее сам факт их наличия является достаточным основанием для выводов о глубинных чертах лингвокультуры или о тех тенденциях, которые характеризуют ее на рассматриваемом отрезке истории.

3.5. КАТЕГОРИЧНОСТЬ / ВЕЖЛИВОСТЬ ИНСТРУКТИВНО-ЗАПРЕТИТЕЛЬНЫХ НАДПИСЕЙ

С точки зрения категоричности/вежливости русских инструктивно-запретительных надписей можно выделить несколько наиболее важных изменений.

Мотивация запрета. Это проявляется в тенденции к выражению в объявлении не только запрета, но и его мотивации:

Уважаемые водители! Ворота во двор закрываются на замок. Во избежание блокирования вашего автомобиля просим не парковать его в частном дворе. Директор ТСЖ», «Убедительная просьба не оставлять пищевые отходы и прочие нечистоты в раковинах. От этого часто засоряются трубы. Спасибо; Уважаемые посетители! Животные зоопарка получают все необходимые продукты. Прикорм сладостями и хлебом приводит к болезням и гибели. Убедительная просьба: животных не кормить; Уважаемые клиенты! В связи с ремонтными работами в ДО «Центральный» с 21.04.2009 г. обслуживание клиентов будет производиться в филиале по адресу: ул. Пушкинская, 144 А. Контактные телефоны филиала: 250-11-54, 250-11-48. Приносим свои извинения за доставленные неудобства. Администрация; Закрывайте, пожалуйста, дверь – работает кондиционер; Проход запрещен – идут аварийные работы; Просьба дверь не хлопать: сверху осыпается штукатурка; В связи с переходом на летнее время наш магазин работает с 10.00 до 20.00. Администрация.

С аргументацией запрета сталкиваемся даже в инструктивно-запретительных надписях, где инструкция выражена с помощью запретительного инфинитива, которую мы выше охарактеризовали как самый категоричный и безапелляционный способ выражения запрета, наиболее близкий к приказу:

Проезд не перекрывать – выезд дежурной машины!

Благодарность. Факультативным элементом композиции речевого жанра инструктивно-запретительных надписей является благодарность, адресованная читателю. Совсем недавно данный элемент появился в составе инструктивно-запретительных надписей и становится все более регулярным:

Уважаемые клиенты! Поднимайте сливную ручку без резких движений. Спасибо; Убедительная просьба не оставлять пищевые отходы и прочие нечистоты в раковинах. От этого часто засоряются трубы. Спасибо.

Лаконичная, но понятная надпись «Спасибо» (без всяких дополнительных пояснений, но они и не требуются) с недавних пор появилась на урнах, расположенных на улицах Ростова-на-Дону.

Тенденция к выражению благодарности в инструктивно-запретительных надписях свидетельствует о повышенном уважении к читателю (и к личности вообще), однако нельзя не отметить тот факт, что данные грамматические формы противоречат нормам русской грамматики, согласно которым этикетное междометие *спасибо* (большое спасибо, благодарю) является реакцией на уже совершенное действие, но никак не предваряет его. В европейских языках, напротив, широко распространены выражения англ. *thanks for...*, франц. *merci de...* и др., которые примерно соответствуют русским выражениям *заранее спасибо*, *заранее благодарен* и употребляются, в частности, в инструктивно-запретительных надписях в контексте еще не совершенного действия в качестве стимула к нему.

Для итальянской и английской лингвокультур такие наличие благодарности следует считать традиционным. В частности, С.Г. Тер-Минасова приводит мнение американской школьницы, которая так прокомментировала этот «прием»: «It works. They are make you feel

bad if you do not bring this tray» («Это работает. Чувствуешь себя неловко, если не поставишь поднос на место») [Тер-Минасова, 2000, с. 241]. При этом школьница комментировала объявление следующего содержания:

Thank you for bringing your tray to the point (Спасибо, что поставили поднос на место).

В собранном английском материале фиксируется множество примеров, когда благодарность либо включается в инструктивно-запретительную надпись, либо является основным средством ее грамматического оформления:

We're sorry / You can't use this stairs / Please go into the store and use the escalators or lifts to get to other floors / Thank you / Selfridges & Co (Сожалею / Вы не можете воспользоваться этой лестницей / Пожалуйста, войдите в магазин и воспользуйтесь эскалатором, чтобы попасть на другие этажи / Благодарим вас / Селфридж и Ко).

В итальянских инструктивно-запретительных надписях достаточно часто сталкиваемся с подобным употреблением слова *grazie* («спасибо»): *Per favore, chiudere la porta. Grazie* (Пожалуйста, закрывайте дверь. Заранее спасибо). Выражения *grazie per...*, аналогичное английскому *thanks for...* или французскому *merci de...* можно переводить как *спасибо за...* в той ситуации, когда действие, о котором идет речь, уже было совершено ранее. Например, *Grazie per l'aiuto* (Спасибо за помощь), но это значит, что помощь эта уже была оказана в прошлом и благодарность выражается постфактум. В контексте инструктивно-запретительных надписей адекватным переводом будет *заранее спасибо*, ср.: *E' vietato introdurre animali. Grazie per il collaborazione* (Вход с животными запрещен. Заранее спасибо за сотрудничество/Надеюсь на ваше сотрудничество).

Следует признать искусственность такого употребления слова *спасибо* применительно к русскому языку, однако под влиянием европейских и американских образцов «заблаговременное» выражение благодарности все чаще встречается в русских инструктивно-

запретительных надписях. Анализируя французское выражение *merci de...*, проф. М. Кронгауз в книге «Русский язык на грани нервного срыва» говорит о чуждости его для русского сознания и даже особой агрессивности: «Выражение благодарности за еще не совершенное действие воспринимается как навязывание этого действия, то есть не как вежливая просьба, а, скорее, как агрессия, спрятанная за этикетной формой благодарности, что совершенно не характерно для русского этикета. Перевод *merci* с помощью «надемся» неадекватен, поскольку данное русское слово выражает неуверенную просьбу в отличие от сверхуверенной (если не сказать – самоуверенной) благодарности за случившееся. Произнесенная благодарность обязывает адресата следовать навязанной стратегии, предопределяет его действия и лишает возможности выбора» [Кронгауз, 2009, с. 121–122].

Разделяя мнение ученого о чуждости таких форм для исконного русского этикетного общения (хотя сейчас они становятся все более привычными), мы тем не менее не можем до конца согласиться с его оценкой их коннотативной окраски. С нашей точки зрения, они, даже если и воспринимаются как чрезмерно агрессивные носителями французского языка, в русском языке ассоциируются с подчеркнутым уважением по отношению к адресату.

Вероятно, причиной появления подобных неграмотных выражений в русских инструктивно-запретительных надписях стал именно некорректный (дословный) перевод, бездумное калькирование англо-американских аналогов. В постсоветскую эпоху, когда экономика нашей страны стала строиться на основе рыночных отношений и появилась конкуренция, люди связанные со сферой услуг (владельцы магазинов, кафе, спортзалов) стали по-новому строить отношения со своими клиентами. Ситуация, когда клиент оказывался в положении просителя, к которому «снисходят» и в котором, в сущности, никто не заинтересован, ушла в прошлое. Покупатель (или посетитель) стал ценностью, его надо привлекать, о его комфорте надо заботиться, ему даже можно польстить. Не желая изобретать велосипед и второй раз открывать Америку, «новые русские» бизнесмены обращаются к европейским и американским образцам, однако следует признать, что далеко не всегда делают это достаточно компетентно. Следствием же становится появление таких грамматических ошибок.

Компонент *просьба*. Одно из новых явлений в русских инструктивно-запретительных надписях – это компонент *просьба*, основная функция которого заключается в смягчении предписания или запрета. Реже в той же функции используется глагол *просить*. Приведем некоторые характерные примеры:

Идет прием. Просьба – не входить; Уважаемые читатели! Просьба оставлять в гардеробе сумки, портфели, папки, непрозрачные кульки, свертки. Администрация ДГПБ; Уважаемые посетители фитнес-центра! Ценные вещи и деньги просьба сдавать администратору на хранение. За оставленные ценные вещи в раздевалке администрация ответственности не несет. Администрация; Просьба дверью не хлопать, сверху осыпается штукатурка; Просьба не отвлекать вопросами, не относящимися к работе; Уважаемые зрители! Просим Вас не забывать на время спектакля отключать мобильные телефоны. Фото и видеосъемка может производиться только с разрешения администрации театра. Обращаем ваше внимание на то, что приобретенные билеты возврату не подлежат. Желаем приятного просмотра!

Просить – это далеко не то же самое, что требовать, приказывать или запрещать. Тот, кто просит, рассчитывает на сознательность собеседника, на его добрую волю. Кроме того, просьба не обязательно должна быть удовлетворена, и просящий допускает это. Он как бы дает другому человеку свободу поступать или не поступать так, как его просят.

Примечательно, что данные конструкции сохраняют в себе следы традиционной инфинитивной модели требования или запрета, а смягчаются главным образом за счет того, что перед ними ставится существительное *просьба*, которое способно распространяться инфинитивом. Возможно, использование компонента *просьба* обусловлено именно тем, что это самый «экономичный» способ смягчения категоричности традиционной инфинитивной модели: для этого достаточно вставить одно слово, и при этом узнаваемость запрета или предписания сохранится.

Другое явление, связанное с попытками смягчить запреты и предписания при помощи слова *просьба*, – это использование при данном

существительном не инфинитива, а повелительной формы глагола в «вежливой» форме 2 лица множественного числа:

*Уважаемые клиенты! В сауне используется только сухой пар.
Убедительная просьба не лейте воду, масла и другие жидкости.
Администрация; Уважаемые дамы и господа! Огромная к вам
просьба вытирайте ноги*

(последние два примера приводятся с сохранением орфографии и пунктуации исходного текста).

Обращает на себя внимание, что в значительной части таких публичных объявлений знаки препинания между существительным просьба и глаголом в повелительном наклонении отсутствуют, хотя в соответствии с правилами русской орфографии их следовало бы ожидать. В частности, здесь можно было бы поставить двоеточие или тире, а возможно, восклицательный знак, поскольку существительное просьба может распространяться инфинитивом, но не императивной формой глагола, а сам по себе императив образует самостоятельное предложение. Без знака препинания эти два предложения сливаются в одно. Ср. более приемлемое с точки зрения русской пунктуации оформление фразы:

*Уважаемые посетители! Животные зоопарка получают все
необходимые продукты. Прикорм сладостями и хлебом приво-
дит к болезням и гибели. Убедительная просьба: животных не
кормить*

Пожалуй, на основании этого факта можно сделать вывод о том, что традиционные для русской лингвокультуры советского периода инфинитивные конструкции подвергаются смягчению и устойчивая форма для данных конструкций еще не найдена и ищется рядовыми носителями языка как бы «на ощупь». Традиционная клишированная модель постепенно трансформируется, причем трансформируется с сопутствующими ошибками, и мы можем видеть, как это происходит.

Стремление смягчить предписание или запрет в русских публичных объявлениях вступает в конфликт с тенденциями к усилению жесткости требования или предписания. В частности, как проявление

ние мягкости можно рассматривать конструкции с существительным *просьба*. Тем не менее, для русской лингвокультуры характерны такие способы выражения просьб в публичных объявлениях, которые только усиливают эти просьбы и переводят их на грань требований:

Убедительная просьба бумагу и мусор в унитаз не бросать!; Уважаемые клиенты! Убедительная просьба дисконтную карту со скидкой предъявлять перед оформлением чека; Убедительная просьба бумагу в унитаз не бросать!; Убедительная просьба не оставлять пищевые отходы и прочие нечистоты в раковинах. От этого часто засоряются трубы. Спасибо; Уважаемые посетители! Животные зоопарка получают все необходимые продукты. Прикорм сладостями и хлебом приводит к болезням и гибели. Убедительная просьба: животных не кормить.

Убедительная просьба – это не то же самое, что просьба. Убеждение, убедительность предполагают воздействие, а следовательно, и определенное давление на адресата. Прилагательное *убедительный* при существительном *просьба* усиливает действие, придает ему интенсивность. *Убедительно просить* – значит *очень просить*. И если говорящий помимо просьбы еще и стремится убедить, значит, он как бы лишает адресата той свободы, которую оставляет за ним обычная просьба. Убедительно просить – это просить так, чтобы другой человек непременно выполнил просьбу.

Рассмотрим еще один пример. На двери русского магазина читаем:

Дамы и господа! Просьба в магазин в купальных костюмах не заходить. Имейте совесть!

Примечательно, что начинается объявление с подчеркнуто куртуазного обращения «Дамы и господа» (которым пользуются шикарно одетые светские люди на роскошных вечеринках и которое пока еще мало ассоциируют с собой простые россияне, отдыхающие летом в городе Геленджике и покупающие шоколадки в этом маленьком продуктовом магазинчике), а заканчивается разговорным и повышено экспрессивным восклицанием: «Имейте совесть!» Этот заключительный «аккорд» следует воспринимать не иначе, как моральное давление на адресата.

Языковая игра

Как уже отмечалось, тематика, композиция и стиль – три аспекта изучения речевого жанра, выделенные М.М. Бахтиным, – неразрывно связаны. Это справедливо и для инструктивно-запретительных надписей. Именно тематика определяет тяготение инструктивно-запретительных надписей к официально-деловому стилю. Данные объявления имеют сугубо прагматичную цель – донести до адресата информацию – и не предполагают креативности, фантазии, оригинальности в выражении мысли со стороны адресанта. По количеству клише, традиционных оборотов, готовых формул язык инструктивно-запретительных надписей близок к новоязу Оруэлла (кстати, это одно из основных средств поддержания идеологии в созданном писателем в романе «1984» тоталитарном государстве).

Экспериментирование и поиск новых форм. Тенденция к экспериментированию в рамках речевого жанра инструктивно-запретительных надписей вызвана пониманием того, что необычное объявление скорее привлечет внимание человека. Таким образом, мы можем сказать, что в сознании «властных структур» (даже если эта «властная структура» всего лишь владелец маленького ресторанчика или водитель маршрутного такси) формируется представление о том, что люди вовсе не обязательно последуют их инструкциям – их надо удивить, заинтриговать, рассмешить или польстить им.

С большим разнообразием сталкиваемся также в корпусе инструктивно-запретительных надписей, связанных с расписанием работы какого-либо учреждения. Раньше подобная информация вводилась словами *Режим работы, Расписание работы, Часы работы*. Сегодня инструктивно-запретительные надписи этого типа отличаются большей оригинальностью:

Работаем для вас без перерыва, Офис 24 часа для удобства наших клиентов, Приходи к нам каждый день (здесь подчеркивается позиция адресата), Мы работаем ежедневно, Мы работаем с 11.00 до 16.00

(в таких объявлениях подчеркивается с помощью личного местоимения субъект действия, учреждение, в отличие от советских

инструктивно-запретительных надписей, не является чем-то внешним и независимым по отношению к сотрудникам).

Юмор как средство установления положительно окрашенного контакта. В последнее время мы все чаще сталкиваемся с действительно творческим подходом в составлении инструктивно-запретительных надписей. В сухой, безэмоциональный язык надписей советской эпохи проникают элементы разговорной речи. В современных инструктивно-запретительных надписях мы все чаще сталкиваемся с элементами языковой игры. Их становится интересно читать. Помимо чисто коммуникативной, они приобретают эстетическую функцию. И если сказанное мало относится к таким «официальнейшим» заведениям, как нотариальные конторы, суды и другие государственные учреждения, то в общественном транспорте обнаружить такого рода объявления совсем не сложно.

В последние годы в маршрутных такси, помимо традиционных и привычных сообщений о том, что «первые шесть мест для сидения для детей и инвалидов», и призывов «быть взаимно вежливыми и уступать места...», получили распространение новые, развлекательные сообщения. Их нельзя назвать инструктивно-запретительными в строгом смысле слова, так как их первичная функция развлекательная, они призваны вызвать улыбку пассажира:

Не говорите водителю, куда ему ехать, и он не будет говорить, куда вам идти; Купи себе холодильник и хлопай дверью; Прижимаясь ближе к соседу, вы дарите надежду людям на остановке; Остановок «здесь» и «туда» не существует; Водитель не осьминог – всем сдачу дать не может; Говорите громче, где надо остановиться... Не бойтесь разбудить водителя; Просьба бананы и прочее есть вместе с кожурой; Книга жалоб и предложений в соседней маршрутке и т. д.

В такого рода инструктивно-запретительных надписях мы зачастую сталкиваемся с языковой игрой, которая создает комический эффект. Иногда он достигается за счет намеренного искажения нормы языка. Например, в объявлении *Остановок «здесь» и «туда» не существует* мы сталкиваемся с просторечными формами, которые вообще-то неуместны в рамках публичного общения.

Другой способ – прием обманутого ожидания, когда в объявлении обыгрываются привычные клише, взятые из традиционных инструктивно-запретительных надписей (*Книга жалоб и предложений в соседней маршрутке*).

Богатую почву для создания комического эффекта дает полисемия (*Не говорите водителю, куда ему ехать, и он не будет говорить, куда вам идти, Берегите дверь – это ваш единственный выход*). В объявлении *Зайцев не везем. Дед Мозай* едет дальше языковая игра базируется на многозначности слова *заяц* и апелляции к прецедентному тексту, хорошо известному носителям русской культуры (поэме Н.А. Некрасова). В объявлении *Любишь кататься – люби и денежки платить* переосмысливается известная пословица.

Но особенно широко используется в таких смеховых объявлениях неожиданная мотивация:

Хочешь жить? Не отвлекай водителя!; Прижимаясь ближе к соседу, вы дарите надежду людям на остановке; Говорите остановки громче: водитель глухой. Но не стоит кричать: он еще и нервный; Берегите дверь: это ваш единственный выход; Кричите громче – есть шанс остановиться; Не хлопай дверью – водитель пугается.

В целом можно говорить о разрушении в этих объявлениях привычного представления о социальной роли пассажира и связанной с ним системе поведения. Как справедливо отмечает К.Ф. Седов, вся наша жизнь наполнена стереотипами, отражающими привитые с детства в процессе социализации поведенческие стратегии [Седов, 2004]. По наблюдениям специалистов, стереотипы диктуют около 2/3 форм человеческого поведения; среди них есть и такие, которые ограничивают инициативу и свободу выбора, и такие, которые избавляют человека от необходимости каждый раз «открывать Америку» и «изобретать велосипед». С молоком матери люди усваивают принятые в данном обществе тактики общения с людьми равными им по социальному положению, стоящими ниже или выше их и т.д. и неосознанно следуют им в повседневном общении (при этом зачастую весьма самодовольно декларируя свою полную независимость от всякого рода условностей и не замечая важность этих стереотипных представлений, которые яв-

ляются важным организующим фактором общественной жизни – без них наше существование превратилось бы в хаос или анархию).

Шуточные инструктивно-запретительные надписи встречаются не только в общественном транспорте России. Юмористически обзвывается также тема курения в общественных местах:

Не кури – не дома, дома тоже не кури; Бросай курить, давай работать.

В первом случае (*Не кури – не дома, дома тоже не кури*) акцент переносится на то, что человек находится в общественном месте. Само по себе это достаточно основание для того, чтобы считать курение неуместным действием. Однако завершающая часть переводит тему курения в совершенно иную плоскость, и нетрудно прийти к выводу, что автор этого объявления выражает негативную оценку курения вообще. В самом деле, если человек не может курить, когда он находится не дома, и ему «запрещают» курить дома тоже, то возникает закономерный вопрос: где же ему можно курить? В конечном счете, данное публичное объявление подталкивает человека к выводу о том, что курение – это плохая привычка, которая вредит здоровью, что курить некрасиво. И этот вывод оказывается как бы обоснованием запрета.

Во втором случае (*Бросай курить, давай работать*) автор вообще переводит вопрос из сферы общественного порядка и административного запрета курить в определенном месте в сторону моральных суждений. Данный пример опирается на предпосылку, в соответствии с которой курение – это пустая трата времени, которая мешает заниматься работой.

Возможно, последние публичные объявления могут служить косвенным подтверждением мысли А. Вежбицкой о том, что национальному характеру русских присуще такое качество, как склонность к моральным суждениям [Вежбицкая, 1997, с. 79–85]. Впрочем, для того чтобы делать однозначные выводы, необходим целый ряд однотипных фактов. Примеры вроде приведенного в собранном материале единичны.

М.М. Бахтин говорил о позитивном значении здорового карнавального смеха, который противостоит диктату, идеологии, монологу и навязыванию какой-либо точки зрения. Поэтому, с нашей

точки зрения, актуальность именно таких объявлений, которые становятся все более популярны, не может не свидетельствовать о важных изменениях в менталитете русских людей: на смену диктату приходит смеховая, игровая культура и, соответственно, раскрепощение людей.

С другой стороны, нельзя не вспомнить, что игра является важнейшей составляющей культурной эпохи второй половины XX века, получившей название постмодернизм. Наивно было бы думать, что постмодернизм функционировал лишь в рамках литературы, архитектуры или кинематографа и никак не проявил себя вне искусства. Он стал общекультурной парадигмой, охватившей все стороны и аспекты человеческой жизни и деятельности.

Можно читать или не читать произведения Умберто Эко, Итало Кальвино или Хорхе Луиса Борхеса, можно любить или не любить их творчество, можно даже не знать эти имена, но нельзя отказаться от того, что мы живем в культурной ситуации постмодерна, который проявляется также и в языке. Разве не чертой постмодернизма является появление в инструктивно-запретительных надписях образа читателя? Его не было в советских объявлениях. В лучшем случае он представлял как абстрактный «уважаемый посетитель», полностью лишенный каких-либо индивидуальных качеств и лишь послушно выполняющий предписания. В современных же надписях читаем *Не кричите на водителя – он тоже устал*. В комичных объявлениях в маршрутных такси возникает образ непутевого пассажира-недотепы, способного пробежаться по маршрутке или же посадить на колени «пятнадцатилетнего придурка».

Сущностной чертой постмодернизма была его абсолютная толерантность, принципиальный отказ от высокого и низкого, достойного и недостойного. В постмодернизме everything goes. Поэтому нельзя сказать, что в рассматриваемых нами шуточных объявлениях эстетическая и развлекательная функции доминируют над инструктивной или запретительной или наоборот. Они сосуществуют в рамках одного речевого произведения, и каждый волен выбирать ту функцию, которая ему нравится и ориентироваться на нее, а неправильное прочтение принципиально невозможно.

В связи с этим можно рассмотреть и объявление *У нас не курят*. В нем не запрещается курить, читатель свободен сам выбирать, как ему

поступать по прочтении этого объявления и видеть в нем столько смыслов, сколько ему нравится. Аналогичную ситуацию наблюдаем и в рекламном щите, на котором изображен плюшевый мишка верхом на лошади и написано: *Зебра главнее лошадей*. В этом высказывании можно прочесть призыв, обращенный к водителям, сбросить скорость перед переходом, но можно ориентироваться лишь на прямой смысл слов. Бессмыслица? Возможно. Но постмодернизм никому не может запретить увидеть в своем произведении лишь бессмыслицу.

Отметим, что юмористические и игровые элементы присутствуют не только в русских, но и в итальянских инструкционно-запретительных надписях. Так, например, привычными и распространенными являются объявления, на которых собака «говорит»: *Noi aspettiamo fuori* – *Мы ожидаем снаружи*, *Noi rimaniamo fuori* – *Мы остаемся снаружи*, – или: *Io non posso entrare* – *Я не могу войти*. Более того: не только в магазинах, являющихся частной собственностью, где владелец более-менее свободен делать то, что ему нравится, и оформлять помещение в соответствии со своими эстетическими вкусами, но и дорожные знаки, находящиеся в ведении государственных структур, оказываются подверженными юмористическому переосмыслению. Казалось бы, эта сфера не предполагает излишних вольностей (тем более что в конечном итоге оказывается напрямую связанной с жизнью и безопасностью людей), однако нам встретился «кирпич», который «нес» человек. Сомнительным с этической точки зрения представляется «тупик» с распятой фигурой (прозрачная аллюзия на Христа), однако и подобные прецеденты имеют место в современной Италии. Не только в иконических, но и в вербальных объявлениях обнаруживаем тенденцию поиграть, пошутить, удивить адресата. Так, например, на двери одного из ресторанов вместо привычного в августовской Италии *Chiuso per ferie* читаем:

Dopo un anno di lavoro lo stuff ha deciso di ritirarsi su un'isola deserta per riposarsi. Il caffè' Scala resterà chiuso dal 9 al 17 agosto. Lo stuff del caffè' Scala augura a tutti buone vacanze - После целого года напряженной работы сотрудники кафе Скала решили переселиться на необитаемый остров, чтобы отдохнуть. Кафе Скала будет закрыто с 9 по 17 августа. Сотрудники кафе Скала желают всем хороших каникул.

В объявлении

Cari padroncini di amorosi amici a quattro zampe! Vi dispiace fare in modo da non depositare pipì e cacche proprio davanti all'uscio di questa bottega? Grazie!

привлекает внимание использование уменьшительно-ласкательной формы *padroncini* (хозяйюшки) в сочетании с прилагательным *cari* (дорогие) и подчеркнуто вежливая формулировка просьбы, сообщающая несколько ироничное, однако в целом доброжелательное звучание всему объявлению в целом:

Дорогие хозяйюшки обожаемых четвероногих друзей! Не соблаговолите ли вы не оставлять пипи и каки прямо перед выходом из нашего ресторана? Спасибо!

Экспрессивность как средство привлечения внимания. Например, на дверях ресторана с многозначным и многозначительным названием «Тело» вместо привычного «Открыто» читаем: «Тело» *доступно*. Активно используется с этой целью языковая игра, как, например, в объявлении *Обмен валют. Будьте в курсе*, где обыгрываются разные значения слова *курс* (в таких инструктивно-запретительных надписях встает проблема разграничения данного речевого жанра и речевого жанра рекламы; вероятно, данное объявление находится на стыке двух речевых жанров).

Конкретизация образа адресата. Также следует отметить тенденцию к детализации, конкретизации образа адресата. Инструктивно-запретительные надписи имеют массового адресата, обращены ко всем людям сразу. Однако при диахроническом рассмотрении развития этого речевого жанра в русской лингвокультуре мы можем говорить о большей конкретизации и детализации образа адресата в современных инструктивно-запретительных надписях по сравнению с их аналогами, относящимися к советской эпохе. Если раньше адресат в такого рода объявлениях или вообще отсутствовал (на языковом уровне это проявлялось в том, что обращение просто опускалось) или представлял как абстрактный «уважаемый посетитель» или «уважаемый читатель», полностью лишенный каких-либо личных качеств, то сегодня он все чаще приобретает индивидуальные черты.

Об этом свидетельствуют определения и приложения, все чаще входящие в состав обращения:

Уважаемые девушки (юноши), получающие высшее образование! Убедительная просьба – не бросайте пепел в раковину!

Конкретизация образа адресата в инструктивно-запретительных надписях, с нашей точки зрения, свидетельствует об усилении внимания к личности в русской лингвокультуре. Адресант в данном речевом жанре представляется максимально абстрактным и неопределенным. Наиболее распространенными являются инструктивно-запретительные надписи, где позиция субъекта действия остается невербализованной. Однако в отдельных случаях адресант возникает в подписи (*Уважаемые водители! Ворота во двор закрываются на замок. Во избежание заблокирования вашего автомобиля просим не парковать его в частном дворе. Директор ТСЖ*) или в тексте объявления (*Уважаемые зрители! Дирекция театра сердечно приветствует вас и просит...*)

Новые тенденции особенно ярко видны при непосредственном сопоставлении текстов русских и советских инструктивно-запретительных надписей. Так, в стенах факультета филологии и журналистики Южного Федерального Университета мы имели возможность наблюдать сразу три объявления, связанных с одной проблемой, – проблемой курения. На каждом этаже факультета и на каждой лестничной площадке можно увидеть одну и ту же лаконичную надпись, явно пришедшую из советской эпохи: *Не курить!* О семантике запретительного инфинитива уже много было сказано выше, поэтому нет нужды останавливаться на ней еще раз и еще раз доказывать, что это самый категоричный и безапелляционный способ выражения запрета в русском языке.

Рядом с таким объявлением соседствует другое: *У нас не курят*. Издесь уже совсем иная ситуация. Мы видим, что такое инструктивно-запретительное сообщение ничего не запрещает и не говорит, что курить в здании факультета нельзя. Отнюдь, оно лишь сообщает, что «у нас не курят». Показателен тот факт, что объявление построено в форме неопределенно-личного односоставного предложения: нет никакого конкретного указания на субъект (на факультете не курят некие неизвестные нам, неопределенные люди, люди «вообще»), тем более роль этого субъекта не навязывается человеку читающему это

сообщение. Данное инструктивно-запретительное сообщение лишь намекает на существование в этом здании традиции не курить, а читающий это объявление свободен присоединиться к этой традиции или пойти ей наперекор, но ему ничего не навязывают, к нему относятся с уважением, которого не было в инструктивно-запретительных надписях советской поры.

Не менее интересно еще одно инструктивно-запретительное сообщение, также связанное с курением:

Уважаемые студенты! Прекрасная половина факультета! Убедительная просьба не бросайте окурки в раковину! Найдите им более подходящее место! А лучше – бросайте курить! Ибо минздрав уже устал предупреждать!

В этом объявлении возникает иная ситуация, но тоже отличающаяся от советской. Сообщение построено уже не в инфинитивной, а в императивной форме. Обращает на себя внимание подчеркнуто вежливая форма обращения: студентки факультета филологии не только «уважаемые», что само по себе уже приятно, они еще и «прекрасная половина» (к ним не только обратились в уважительной манере, но и польстили их самолюбию). Уже в обращении начинается языковая игра: клишированная метафора «женщины как прекрасная половина человечества» здесь превращается в «прекрасную половину факультета». Несмотря на то, что в данном объявлении выражается запрет бросать окурки в раковину, акцент сделан не на нем. Конструкция «а лучше» сразу переключает внимание с предписания не засорять раковины на призыв подумать о своем здоровье и бросить курить. Здесь опять продолжается языковая игра с читателем и обыгрываются два значения глагола *бросать*: выпустив из руки, дать упасть (бросать окурки) и прекратить что-либо делать (бросать курить). Аргументация призыва к здоровому образу жизни также дана в комичной манере: сочетание известного всем стереотипного выражения «минздрав предупреждает: курение опасно для Вашего здоровья», которое даже не договаривается (опять игра с догадливым читателем), с архаичным подчинительным причинным союзом «ибо» – принадлежностью самого высокого стиля – рождает смеховой эффект. Таким образом, это инструктивно-запретительное сообщение воздействует не через категоричный приказ, а через улыбку читающего.

ВЫВОДЫ

Несомненно, сам по себе речевой жанр инструктивно-запретительных надписей (и, шире, публичных объявлений) является универсальным. И это не случайно: он занимает нишу, которую можно описать при помощи набора достаточно общих признаков.

Во-первых, этот жанр обслуживает публичные коммуникации, то есть функционирует в общественных местах.

Во-вторых, цель этого жанра заключается в регламентировании поведения людей, которые оказываются в данном общественном месте. Понятно, что потребность в появлении текстов, осуществляющих эту функцию, в большей степени зависит от реальных социальных потребностей, чем от особенностей менталитета конкретной нации.

В целом не обнаруживается сколько-нибудь существенных различий в основных типах публичных объявлений. В целом публичные объявления могут быть разделены на информативные (например, мемориальные доски, вывески, названия улиц и площадей) и инструктивно-запретительные. В свою очередь, с точки зрения семантики и прагматики, инструктивно-запретительные надписи могут быть ориентированы на выражение запрета или предписания (либо его разновидностей: совета, рекомендации, просьбы).

Для итальянской и английской лингвокультур в высокой степени характерно стремление к смягчению инструктивно-запретительных надписей. Естественно, с этой целью используются доступные грамматические средства (например, грамматическая форма *si-impersonale* в итальянском языке, герундий в английском языке). Необходимо упомянуть и этикетные клише, которые прекрасно выполняют функцию смягчения запрета или предписания. Однако итальянская и английская лингвокультуры выработали немало особых, оригинальных способов смягчения.

Инструктивно-запретительные надписи в русской лингвокультуре гораздо более категоричны. В этом можно было бы видеть наследие «официально-деловой» советской эпохи, однако такое объяснение не может быть исчерпывающим. По всей видимости, причина заключается в особенностях отношений между людьми в русской лингвокультуре, а также в представлениях о личности.

Об этом свидетельствуют, например, типичные для современной русской лингвокультуры попытки смягчить категоричность инструктивно-запретительных надписей, которые в некоторых случаях следует признать «неудачными», поскольку они в конечном счете оказывают давление, ср. призыв «Имейте совесть!» в конце одной из инструктивно-запретительных надписей. Можно также напомнить типичную для русских публичных надписей конструкцию *убедительная просьба*, которая, с одной стороны, смягчает требование (*просьба*), но тут же усиливает его категоричность (*убедительная*).

Другими словами, в этом случае традиционный, привычный способ регламентации продолжает конкурировать с новыми тенденциями, которые формируются в сфере русских публичных коммуникаций в результате политико-экономических изменений, а также под непосредственным влиянием западных образцов.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

В рамках настоящего исследования анализируется русский, английский и итальянский языковой материал. Следует отметить, что подавляющее большинство лингвокультурологических сопоставительных исследований, существующих в отечественной науке, посвящено сравнению русского и английского (как правило, его американской разновидности) языков и менталитетов. Это обусловлено, видимо, тем, что английский язык, с одной стороны, является языком международного общения, претендует на статус глобального и исследователь, обращающийся к английскому материалу, может быть практически уверен, что читатель подготовлен, поймет его и без проблем воспримет то, что он хочет сказать. С другой стороны, сравнение русской и американской картины мира всегда является очень эффективным и впечатляющим, поскольку эти нации противопоставлены по целому ряду параметров: если первые являются пессимистами, то вторые – оптимистами, если первые склонны к коллективизму, вторые – к индивидуализму, если первые верят в судьбу, то вторые – в себя, в собственные силы и т.д. Этим обусловлено повышенное внимание русских исследователей к англо-американской лингвокультуре. Таким образом, сопоставление русского и английского языков и картины мира является областью, давно и продуктивно разрабатываемой в отечественной науке.

Исследования, в которых сопоставляются итальянский и русский языки, напротив, являются единичными, хотя нам представляется, что они могут быть очень интересными и продуктивными, поскольку итальянцы и русские имеют много общих черт (возможно, из всех европейских народов наиболее родственными нам являются именно жители *Belraese*). Эмоциональность и живость итальянцев (неслучайно говорят, что если итальянцу связать руки, то он не сможет разговаривать, – настолько активны их жестикуляция и мимика), часто избыточные и чрезмерные с точки зрения немца или швейцарца, не отталкивают русских. Сравнительно небольшая коммуникативная дистанция, которая была бы некомфортной для японца, не вызывает у нас неприятия, а готовность уже через полчаса после знакомства перейти на ты, стать лучшими друзьями и начать делиться страшными семейными тайнами, которые регулярно

демонстрируют итальянцы, отвечает высокой потребности русских в душевном общении и личных, а не официальных отношениях. Достаточно посмотреть на итальянский дом, где, помимо ближайших родственников, живут вышедшая на пенсию бабушка, пара приехавших в гости двоюродных сестер, незамужняя одинокая тетя и находится местечко для хомячка и собаки (и все этим довольны, всем хорошо, а если когда-то и ссорятся, то через пять минут мирятся), чтобы заметить сходство: и русские, и итальянцы чрезвычайно дорожат родственными взаимоотношениями, и семья представляет для них непреходящую и неоспоримую ценность. Также и очереди в итальянских государственных учреждениях, где улаживаются разнообразнейшие бюрократические формальности, кажутся русским до боли родными и знакомыми. Итальянцы, как и русские, жалуются на отсутствие порядка в своей стране и не упускают возможности поругать руководство, однако, как правило, предпочитают ограничиваться словами и далеки от того, чтобы приложить какие-то реальные усилия для улучшения существующей ситуации.

Список родственных черт можно было бы продолжать еще довольно долго, однако не менее интересно и «заметить разность». Одной из примечательных черт итальянского национального характера, не единожды привлекавшей наше внимание, является их умение простодушно и по-детски радоваться жизни и получать удовольствие от простых и незамысловатых вещей – теплого солнышка, бокала хорошего вина, вкусной еды, ненавязчивой и необременительной болтовни с друзьями, традиционной вечерней прогулки перед ужином по центральной площади города (естественно, с целью на других посмотреть, себя показать и собрать последние сплетни). Кажется, что в Италии не существует депрессии: даже люди выполняющие весьма скромную работу – официанты, портье, таксисты – не кажутся ни разочарованными, ни обиженными на судьбу (в отличие от русских продавщиц, на лице которых, кажется, застыло выражение «И-зачто-мне-это-чем-же-я-это-заслужила»). В итальянском языке есть выражение «*dolce far niente*», которое дословно можно перевести как «сладостное ничегонеделание», но которое не имеет аналога в русском языке. Один из самых знаменитых в Италии и получивший мировое признание фильм Роберто Бенини «Жизнь прекрасна» рассказывает о том, что даже в самых невыносимых, ужасающих условиях – в кон-

центрационном лагере – можно сохранять человеческое лицо, тепло, можно любить и поддерживать любимых, а отчаиваться вовсе не обязательно. Итальянцы не понимают, почему русским нужна какая-то особая причина, чтобы быть счастливыми (рождение ребенка, получение наследства или покупка шубы), потому что для них счастье – нормальное состояние (чувствовать довольство жизнью для них так же естественно, как и дышать). Итальянцы огорчаются и страдают, если на них сваливается неожиданно какая-то беда – мы удивляемся, если все хорошо и не происходит никаких потрясений. Итальянцы на вопрос «Как дела?» не раздумывая отвечают: «Benissimo», – мы предпочитаем осторожно замечать, что «Все потихоньку» и «Не жалуюсь» (и это в лучшем случае – в худшем обрушиваем на собеседника гору претензий по отношению к детям, соседям, начальнику и правительству). Поэтому нам представляется, что диалог, соприкосновение с этой прекрасной и неисправимо оптимистичной и жизнелюбивой нацией может стать крайне полезным и даже целительным для любого русского человека. И нам хочется надеяться, что наше исследование может, помимо своей сугубо научной ценности, послужить подспорьем в установлении контакта между представителями двух культур.

Глава 4.

Речевой жанр меню в русской, французской и американской лингвокультурах

4.1. РЕЧЕВОЙ ЖАНР МЕНЮ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

В словаре Н. Г. Комлева существительное «меню» (от фр. menu) толкуется как 1) подбор блюд для завтрака, обеда и т.п.; 2) листок с перечнем блюд в ресторане, кафе и т. п.; 3) инф. перечень возможных работ или прикладных программ в системе, выводимый на экран дисплея, терминала для выбора пользователем тех, которые ему требуются; м. может быть выдано и графически [Комлев, 2006]. К теме данного исследования в максимальной степени имеет отношение лишь второе определение. Первое определение связано с темой исследования, но не так непосредственно. Наконец, третье значение является специальным и принадлежит к терминологической системе информатики (впрочем, оно тоже может иметь отношение к речевому жанру меню, ведь меню в компьютерной программе предоставляет возможность выбора действия из ряда доступных, а следовательно, имеет немало общего с ресторанным меню).

Типично меню – это креолизированный текст, который совмещает в себе вербальные и иконические знаки. В этом смысле данный тип текста принадлежит к той же обширной категории, что и инструктивно-запретительные надписи. Однако частное отличие меню (исключительно в плане сочетания типов знаков) заключается в том, что мы вряд ли можем представить себе меню, содержащее исключительно изобразительные графические компоненты. Даже если создатели ре-

сторана не предоставляют посетителю подробной информации о составе блюда, есть некоторые моменты, которых в меню не избежать: цена, вес. Такие вопросы могут регламентироваться законодательно. Следовательно, вербальная составляющая в той или иной степени в меню присутствует всегда.

В дальнейшем нас будет интересовать только языковая составляющая данного речевого жанра.

Со структурной точки зрения меню делится на разделы, каждый из которых представляет определенную разновидность блюд (закуски, первые блюда, десерты, напитки и т. д.) В некоторых случаях рестораны и кафе предлагают несколько меню, каждое из которых содержит блюда определенного типа; в этом случае, например, все десерты представлены в одном меню, все вина – в другом, мясные и рыбные блюда – в третьем, комплексные обеды – в четвертом и т. д.

Тем не менее есть смысл в том, чтобы рассматривать такие меню как части реализации одного речевого жанра. И у этого есть основания. Практически во всех случаях отдельные меню конкретного ресторана оформлены одинаково в языковом, стилистическом и графическом планах. Конечно, это обусловлено тем, что меню представляет собой элемент индивидуального стиля ресторана. Однако выделение отдельных меню может быть обусловлено исключительно удобством работы и желанием угодить гостю, который не желает листать объемные «фолианты» в поисках того, что ему необходимо. Именно поэтому в некоторых ресторанах используются различные меню в зависимости от времени дня: они предлагают посетителю непосредственно то, что в данное время суток может быть приготовлено на кухне.

Структура текста меню позволяет посетителю кафе или ресторана достаточно быстро сориентироваться и разобраться в многообразии блюд (в том числе и абсолютно незнакомых и экзотических), чтобы выбрать то, что придется по вкусу. В некоторых случаях от этой структуры возможны отклонения, затрагивающие, например, порядок подразделов, их количество и дробность, а также наличие или отсутствие. Тем не менее набор подразделов все равно остается узнаваемым. Другими словами, меню – это карта, и функцию разметки в ней выполняет именно структура разделов и подразделов. В силу этого именно структура меню способствует тому, что оно выполняет информативную функцию.

Элементарный компонент меню – это *описание блюда*. Как правило, оно включает название, состав, описание способа приготовления и цену. Впрочем, в конкретных меню и в конкретных лингвокультурах этот набор варьируется, однако подробнее мы скажем об этом ниже, в связи с обсуждением речевого жанра меню в конкретных лингвокультурах. В приводимых ниже примерах цены не указываются.

Еще одна важная для описания речевого жанра меню оппозиция – это противопоставление информативного и экспрессивно-образного начал.

Информативная составляющая для меню является центральной, основной. Это обусловлено сферой бытования данного речевого жанра.

Экспрессивно-образная составляющая вводится в текст меню для того, чтобы «оттенить» или «украсить» собственно информативную составляющую. Меню вообще можно рассматривать как текст, взятый сам по себе, безотносительно к набору блюд, который в нем перечисляется. И с этой точки зрения меню может быть как неинтересным, так и интересным, привлекающим к себе внимание, удивляющим, смешным или даже шокирующим.

Если рассматривать меню с такой точки зрения, то реальный набор блюд и напитков уже не имеет особого значения – важно, каким образом они подаются, представляются посетителю. В каком-то смысле меню создает видимость, предлагает определенную точку зрения на предлагаемые блюда. В самом деле, в настоящий момент мы вполне можем представить себе два ресторана, в которых подаются одни и те же блюда, но называются одни по-разному. Например, в одном ресторане это строгие, описательные названия, а в другом – названия, которые сейчас принято называть «креативными». Другими словами, меню, рассматриваемое как текст, оказывается инструментом, при помощи которого создается имидж заведения, поддерживается определенная атмосфера.

Как будет показано далее в этой главе, на современном этапе можно говорить об усилении восприятия меню именно под этим углом. Данный процесс можно осмыслить как усиление воздействующей функции. И ее наличие не является универсальным для всех без исключения культур.

4.2. РУССКОЕ МЕНЮ

Как будет видно из дальнейшего изложения, русское меню дает исследователю широчайший простор для анализа. И представляется целесообразным затронуть вопрос о различиях между советским и современным русским меню. В контексте данного исследования такое сопоставление не является случайным: оно позволяет объяснить «экспрессивный взрыв», который произошел в русском меню в результате трансформации политико-экономической жизни.

Но этот вопрос представляет интерес для теории речевых жанров и с другой точки зрения. Меню советского периода в настоящее время практически недоступны, а потому в процессе исследования использовался метод реконструкции, который включает такие частные процедуры, как обобщение немногочисленных примеров, свидетельств информантов и историко-культурных данных. И такой подход открывает широкие перспективы для лингвокультурологического анализа. Как пишет В. Похлебкин, «меню – это серьезный кулинарный документ, он фиксирует не только программу питания человека на ближайшее будущее, но и сохраняет данные о питании человека в прошлом, дает редкую возможность сравнить, что ели наши предки, и что едим ныне мы, и кто из нас более успешно решает вечные задачи правильного питания» [Похлебкин, 2004, с. 37].

4.2.1. Меню советского периода

Советское меню в историко-культурном контексте

В. Сорокин в небольшом мемуарном тексте «Кушать подано!», посвященном посещению им советского ресторана «София» в 1975 году, приводит характерную деталь: «Горячих блюд было три: бифштекс с яйцом, курица с рисом и какая-то рыба» [Сорокин, Интернет]. Можно ли сравнить это явно скромное предложение с тем, что предлагают в наши дни своим посетителям кафе и рестораны? При этом жизнь отучала клиента советского ресторана от требовательности. Д. Задорин пишет: «Это была жестокая ежедневная схватка, особой бес-

пощадностью в которой отличался специально обученный персонал. Знаменитые «тети», швырявшие в лицо меню и мнение о посетителе. «Блатные» официанты и администраторы, всегда обладавшие мощным арсеналом средств для умирения любителей заказать «телячью вырезку средней прожаренности с гарниром из овощей на гриле». Шницель раз!» [Задорин, 2007].

Историко-культурные оценки советского общественного питания неоднозначны. Как указывает В. Похлебкин, «к 80-м годам... процесс культурной деградации официальной советской кулинарии зашел настолько далеко, что даже при выработке меню для космонавтов разработчики из института питания и столовские повара, окончившие советские кулинарные техникумы, с превеликим трудом создали лишь недельные меню, которые должны были повторяться 52 раза в году, но не смогли обеспечить небольшую группу космонавтов даже месячным разнообразным меню. Отсутствие кулинарной фантазии и полное незнание достижений русской национальной и европейской кулинарии у этих «разработчиков» просто поразительны. Их кулинарная неграмотность и ограниченность почти неправдоподобны, в них трудно поверить, и только меню «космических обедов» убеждает действительно, что мы имеем дело с деградацией кулинарной культуры» [Похлебкин, 2004, с. 41].

У такого положения были объективные причины. Уместно будет привести еще одну характеристику советского меню, данную В. Похлебкиным в книге «Моя кухня и мое меню»: в 60–70-х годах, а особенно до Второй мировой войны «многих современных пищевых продуктов просто не знали, выбор пищевого сырья был формально невелик, но зато о разнообразии кулинарного превращения этого сырья думали гораздо больше и практически придавали немалое значение изменению ежедневного меню» [Похлебкин, 2004, с. 67].

В то же время есть основания полагать, что советская кулинария не была «упадочным явлением». По крайней мере, не всегда – приведенные выше слова В. Похлебкина относятся к поздним периодам советского общества. И имеется немало прямых и косвенных свидетельств о «добротности русской ресторанной кухни советского периода. Например, у М.М. Булгакова в «Мастере и Маргарите» в качестве примера описывается ресторан, меню которого явно нельзя назвать скудным или однообразным:

Помнят московские старожилы знаменитого Грибоедова! Что отварные порционные судачки! Дешевка это, милый Амвросий! А стерлядь, стерлядь в серебристой кастрюльке, стерлядь кусками, переложенными раковыми шейками и свежей икрой? А яйца-кокотт с шампиньоновым пюре в чашечках? А филейчики из дроздов вам не нравились? С трюфелями? Перепела по-генуэзски? Десять с полтиной! Да джаз, да вежливая услуга! А в июле, когда вся семья на даче, а вас неотложные литературные дела держат в городе, – на веранде, в тени вьющегося винограда, в золотом пятне на чистейшей ска-терти тарелочка супа-прентаньер? Помните, Амвросий? Ну что же спрашивать! По губам вашим вижу, что помните. Что ваши сижки, судачки! А дупеля, гарнишны, бекасы, вальдишны по сезону, перепела, кулики? Шипящий в горле нарзан?!

Кроме того, имеются свидетельства посещавших Россию иностранцев, согласно которым в общественном питании того времени далеко не всегда господствовала скудность. Еще в 1925 году хорватского писателя Мирослава Крлежу особенно поразило меню вологодского трактира, в котором было указано шестнадцать наименований супов [Крлежа, 2005, с. 15–17]. Имеются также указания на то, что советские повара лучшим образом проявили себя во время Олимпийских игр 1980 года в Москве: «Меню в олимпийских заведениях было воистину интернациональным: в нем значилось 400 наименований блюд разных стран и народов. Так, гость из туманного Альбиона всегда мог рассчитывать на типично английский завтрак из «пориджа» и яичницы с беконом, чех – на шпикачки и т. д. Но, прежде всего, кулинары стремились удивить гостей изысками русской кухни. При этом за все четырнадцать дней игр в Москве не было случая, чтобы состав меню повторялся» [Ковченков, 1981, с. 4–7].

Промежуточное положение между этими двумя позициями занимает Т. Богатова, которая пишет: «Из основных блюд русской кухни, используемой в ресторане, можно было выделить холодные закуски («Сельдь с картофелем и луком», «Мясное ассорти», «Рыбное ассорти»), различные соленья (капуста, грибы, помидоры и огурчики), салаты (салат «Летний»), первые горячие блюда («Щи «Боярские», «Уха по-рыбацки», «Похлебка по-сибирски» и т.д.), и вторые горячие блюда («Шницель по-министерски», «Судак жареный»). В качестве гарниров

подавался картофель во всех видах, отварные овощи, макароны» [Богатова, 2000, с. 69]. В данном фрагменте нет прямой оценки, которую высказывают другие авторы, хотя перечень по сравнению с современной ресторанной кулинарией совсем не так велик и разнообразен.

Остановимся также на сведениях, полученных от информантов.

Во-первых, практически все информанты указали, что по сравнению с современной практикой меню советского периода были гораздо более лаконичными и «сухими», то есть не содержали ярко выраженного образного начала, а следовательно, не были ориентированы на воздействие (привлечение внимания).

Во-вторых, многие информанты обратили внимание на тот факт, что в меню советского периода практически не встречалось детальное описание блюда, то есть описание его состава, способа приготовления – тех компонентов, которые очень типичны для современного меню. Другими словами, советскому меню была присуща такая характеристика, как лаконичность.

Пожалуй, на основании этих двух утверждений можно сделать вывод, что меню советского периода выполняло исключительно информативную функцию, то есть ставило потребителя в известность относительно того, что он может заказать, и не было связано с намерением произвести впечатление на потребителя, «разрекламировать» соответствующее предложение.

Бесспорно, последняя характеристика обусловлена скудностью советской кухни. Уже в постсоветское время появился анекдот о том, что советский ресторан японских морепродуктов должен был бы носить название «Одна шестая часть суши». На постсоветское происхождение этой шутки указывает упоминание о национальном японском блюде, которое стало популярным относительно недавно. Но этот анекдот показателен, ибо хорошо отражает если не реальное положение, то представление о нем, закрепившееся в сознании наших сограждан.

Языковые особенности советского меню

В. Похлебкин в книге «Кухня века» приводит типичное меню столовой советского дома отдыха:

1. Рассольник ленинградский.
2. Сосиски с капустой тушеной.
3. Компот из сухофруктов.

Отчасти о меню советских кафе и ресторанов можно судить и по их отражению в художественной литературе. В романе В. Войновича «Москва 2024» обнаруживается такой пример:

1. Щи питательные «Лебедушка» на рисовом бульоне.
2. Свинина вегетарианская витаминизированная «Прогресс» с гарниром из тушеной капусты.
3. Кисель овсяный заварной «Гвардейский».
4. Вода натуральная «Свежесть».

Если обратиться к знаменитой «Библии» советской кулинарии, «Книге о вкусной и здоровой пище», то нетрудно заметить, что в данных примерах реализуется одно чисто языковое свойство, а именно инверсия прилагательного-определения и определяемого существительного. Представляется, что этот момент является действительно значимым с точки зрения процессов, которые были характерны для кулинарной культуры советского периода.

Остановимся на функции инверсии в приведенных примерах.

С синтаксической точки зрения инверсия – это нарушение правильного, привычного, узаконенного употреблением порядка слов. «Что касается расположения дополнений, определений и обстоятельств, распространяющих другие члены предложения, то оно повторяет правила порядка слов в словосочетании: согласуемые члены ставятся перед определяемым словом, управляемые – после управляющих, примыкающие – перед или после господствующего слова, в зависимости от способа выражения и передаваемого значения. [...] Препозиция управляемых и постпозиция согласуемых форм, а также расположение примыкающих словоформ несоответственно их обычным местам является инверсией...» [Валгина, 2000, с. 149].

Обычно инверсию описывают как выразительное средство языка, фигуру речи, цель которой заключается в выделении: «При инверсии происходит обособление слова, которое автору необходимо подчеркнуть, и перераспределяется логическое ударение» [Стилистика и литературное редактирование, 2004, с. 437]. Это явление иллюстрирует-

ся следующим примером: **Рогами гладкими шумит в соломе Покатая коровы голова** (Н. Заболоцкий). В данном примере инверсия встречается дважды. Во-первых, это инверсия определения и определяемого слова: (*рогами гладкими* вместо *гладкими рогами*). Во-вторых, это инверсия дополнения (*коровы голова* вместо *голова коровы*).

В то же время инверсию нельзя свести исключительно к экспрессивной функции. Как указывает В.П. Москвин, «прием инверсии служит доказательством того, что в речи от перемены мест слагаемых сумма смыслов меняется, ср. *серебристый тополь* и *тополь серебристый*: в первом случае прилагательное выступает в функции эпитета, во втором – в роли логического определения в составе терминологического словосочетания» [Москвин, 2007, с. 281].

Логическое определение – это «уточняющее определение, которое, в отличие от эпитета, дающего образную характеристику явления, используется для родо-видового членения понятия» [там же, с. 365]. В силу этого «задача логического определения – индивидуализировать понятие или предмет, отличить его от подобных же понятий», тогда как эпитет обозначает признак «не с целью различения, а с целью придать слову особой стилистической окраски» [Томашевский, 1959, с. 200–201]. При этом следует иметь в виду, что логическое определение отличается от эпитета лишь функционально, а потому проведение между ними четких границ оказывается невозможным [Москвин, 2007, с. 365].

Полагаем, что в меню советского периода инверсия определения и определяемого слова обусловлена не экспрессивной функцией, а функционированием определения в рамках логического определения. Выскажем соображения, которые способны подтвердить это положение.

Использование инверсированного словосочетания «существительное + прилагательное» вынуждает вспомнить такое явление, как номенклатура. В использовании типично номенклатурных наименований явно сказывается влияние официально-делового стиля, а также в определенной степени и научного стиля, поскольку официально-деловой стиль пересекается с научным в своем стремлении к точности.

Это подтверждается выводами других исследователей. В частности, И.С. Лутовинова пишет, что одним из самых ярких эффектов

происходившей унификации стали изменения в языке сферы питания: суффиксальное словообразование уступает место стандартизованным конструкциям, состоящим из существительного и прилагательного. Так в русской традиции на смену заливаше, гороховцу, грибошнице и ершевице приходят, соответственно, суп молочный, суп гороховый, суп грибной и суп рыбный (из ершей) [Лутовинова, 1997, с. 39–41].

Как указывает С.А. Кириленко, кулинарная номенклатура предполагает использование не естественного языка, «обремененного неясностью индивидуального чувственного опыта», а логику «субстанций» и «акциденций» [Кириленко, 2002, с. 122]. В самом деле, этот процесс проявляется в выделении своеобразных «кулинарных родов», а видовая классификация осуществляется путем приписывания роду определения. Есть суп и его разновидности (гороховый, куриный, мясной, грибной и т. д.), есть гарнир и его разновидности, есть холодные закуски и их разновидности. Родо-видовая структура советской кулинарии в данном случае проявляется очень четко.

Кроме того, это нашло отражение и в структуре кулинарных книг, посвященных национальным кухням: «Кулинарные книги по этнической кухне содержат разделы, посвящённые закускам, супам, вторым блюдам и десертам, при том, что такое категориальное деление национальным традициям не свойственно» [там же].

Итак, не последнюю роль в формировании этой языковой особенности меню советского периода сыграли официально-деловой и научный стили. При этом роль официально-делового стиля в данном случае является, по-видимому, ведущей.

Вообще было бы правомерно утверждать, что роль регламентации в советском обществе была гораздо более существенной, чем в современной России. Возвращаясь к сфере общественного питания, нельзя не упомянуть о том факте, что рецептуры блюд для общественного питания устанавливались в законодательном порядке. Как пишет В. Похлебкин, «после окончания Великой Отечественной войны, в конце 40-х и в 50-е годы почти на всей территории СССР установилось единое общесоюзное стандартное меню горячего обеденного стола, что было обусловлено двумя обстоятельствами: во-первых, одинаковым централизованным снабжением столовых одного типа (областных, районных, республиканских), сравнительно ограничен-

ным ассортиментом продуктов, а во-вторых, установлением однообразных раскладок-меню в однотипных заведениях общественного питания, что как бы копировало армейский опыт военных лет. Все это было связано не только с тяжелым продовольственным положением в разоренной войной стране, но и с задачами более строгого и успешного контроля за расходом продуктов, с борьбой против растраты их с пищеблоков» [Похлебкин, 2004, с. 37].

Последнее отвержение (о существовании однообразных раскладок меню) можно проиллюстрировать следующими цитатами. Это выдержки из Приказа Минторга СССР «О введении сборника рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания» от 12 декабря 1980 года № 310. Этот документ открывается следующими общими положениями:

Приказываю:

Утвердить Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания.

Установить, что Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий наряду с действующими в отрасли «торговля» стандартами, технологическими инструкциями является основным технологическим нормативным документом, содержащим единые требования к сырью, готовой продукции, определяющим расход сырья при приготовлении блюд и изделий в предприятиях общественного питания.

При этом указывается, что данный сборник

- предназначен для предприятий общественного питания различных наценочных категорий:*
- для предприятий высших наценочных категорий (ресторанов, кафе, баров категорий «люкс», «высшая», «первая») – первый вариант рецептур (первая колонка);*
- для предприятий II наценочной категории (ресторанов, кафе, закусочных, столовых) – второй вариант рецептур (вторая колонка);*
- для предприятий общественного питания при производственных предприятиях, в учреждениях, учебных заведениях – третий вариант рецептур (третья колонка).*

В более широком смысле регламентация была в большей степени характерна для советского общества, чем для общества современного. Это не означает, что в современном обществе не действуют законы, правила и стандарты. Бесспорно, общественное питание в наши дни имеет нормативно-правовую базу и должно подчиняться ГОСТам. Однако если в советском обществе регламентация и отсутствие частной собственности как бы «задавливали» стремление привлечь к себе потребителя, то в наши дни в связи с активным развитием частного бизнеса на первый план выступило взаимодействие с потребителем. Другими словами, у работников советского общепита не был в той же степени представлен стимул выделить свое предприятие, чтобы привлечь посетителей. В силу этого и не было необходимости в использовании для привлечения такого средства, как яркость, необычность меню. По большому счету, достаточно было представить названия так, как они были представлены в специальных нормативных актах или поваренных книгах, не включая фантазии, не пытаясь привлечь внимание.

Это имеет одно важное следствие. Совершенно очевидно, что в наименованиях советской кулинарии преобладала идентифицирующая функция. Цель идентификации заключается в том, чтобы выделить некий объект, противопоставив его другим. С этой точки зрения идентифицирующая функция противостоит функциям информативной и воздействующей. В отличие от идентификации, информирование предполагает намерение предоставить как можно более полную информацию об объекте. В этом случае простого перечисления минимума его отличительных признаков явно недостаточно. Когда адресант стремится информировать, он наверняка попытается предоставить как можно более полную информацию, которая будет заключаться не только в идентификации объекта. Естественно, идентификация может быть связанной с передачей информации, но необходимая для идентификации информация минимальна, и информации этой недостаточно для того, чтобы более или менее полно описать объект, передать его важные качества и характеристики.

То же справедливо и для воздействующей функции. Применительно к меню она реализуется как привлекательность названия и описания. При этом не так важно, в чем именно заключается это воздействие. Ведь название блюда или структура меню могут быть про-

сто красивыми, необычными. Кроме того, по замыслу их создателя они могут возбуждать аппетит.

Здесь необходимо сделать одно уточнение. Когда применительно к меню советского периода речь заходит о преобладании идентифицирующей функции, это означает, что идентифицирующая функция приписывается наименованию отдельного блюда. В целом меню – это информативный жанр независимо от того, в каком культурном контексте он функционирует.

По большому счету, цель меню заключается в том, чтобы донести до клиента информацию о том, какие блюда имеются в наличии, а следовательно, могут быть им получены. Это как бы условия игры, исходные ограничения, которые должен учитывать клиент, приходя в ресторан или кафе. Естественно, в данном случае целесообразно отвлечься от характерных для советской эпохи ситуаций, когда вдруг оказывалось, что какого-то из заявленных блюд нет в наличии. Данный факт, будучи характерным для жизни советского человека, по большому счету, не имеет отношения к теме данного исследования.

Таким образом, меню в целом и в советской, и в современной ресторанной культуре выполняет информативную функцию. Однако его компоненты – названия блюд – в советской культуре играли преимущественно роль идентифицирующую.

4.2.2. Современное русское меню

Итак, в советский период меню выполняло главным образом информизирующую и идентифицирующую функции, что можно увидеть на основании анализа номинаций блюд, который был предложен в предыдущем параграфе. Если принять это положение в качестве точки отсчета, то можно утверждать, что после распада СССР и активизации частного предпринимательства в жанре ресторанного меню произошло два изменения:

- трансформировалось соотношение между идентифицирующей и информативной функциями в структуре меню. Если раньше информативная функция была ярко выраженной лишь у меню в целом, то в настоящее время она усилилась у отдельных его компо-

- нентов. Выразилось это в том, что для современного меню характерно описание состава блюда и особенностей его приготовления;
- у меню развивается воздействующая функция, связанная со стремлением привлечь посетителей.

Экспрессивность

Прежде всего, в современном меню блюда получают имена собственные, которые, как правило, носят ярко выраженный образный характер. Приведем несколько характерных примеров: «*Рванные паруса*» (салат из овощей и морепродуктов), «*Болтливый боцман*» (говяжий язык, запеченный с грибами, сыром «Вальдеон» и специями), «*Радуга над океаном*» (форель, запеченная под сливочным сыром); «*Русалочка*» (нежный шоколадный десерт).

Приведенные примеры по своей природе являются тропеическими: в их основе лежит перенос на основании сходства или смежности. Однако в современном русском меню широко используются средства повышения синтаксической экспрессии.

Название в типичном случае – это имя. По этой причине естественно ожидать, что оно будет выражено именем существительным или словосочетанием, в центре которого стоит существительное. Однако в собранных нами примерах имеются случаи, когда название выражено другой частью речи. Примером может служить название мясного ассорти «*Свистать всех наверх!*», центральным компонентом которого является инфинитив. При этом стоит упомянуть и том, что инфинитив в этом случае используется в составе команды, а следовательно, употреблен как аналог повелительного наклонения.

В описаниях блюд могут также использоваться языковые средства, противоречащие представлениям о меню, особенно о меню традиционном, восходящем к советской эпохе. Ярким примером может служить меню кафе «Есенин» (г. Москва), где при описании блюд используются существительные с уменьшительно-ласкательными суффиксами. Приведем несколько примеров:

- *Щи суточные (щи, приготовленные по старому рецепту: капуста квашеная, молодой картофель, лучок, морковка, молодая говядина).*

- Окрошка на квасе (Огурчики свежие, редисочка, картошечка отварная, ветчина, яйцо отварное, лучок зеленый).
- Сквозняк на Никитской (Супчик на курином бульоне, майонез, лимонный сок, курочка отварная, редисочка, картошечка отварная, огурчик свежий, зелень).

Совершенно очевидно, что употребление существительных с уменьшительно-ласкательными суффиксами противоречит представлениям о меню как информирующем тексте, фактически являющимся документом. И замысел авторов ясен: они явно хотели придать своему заведению некую трогательность, а возможно, и ощущение чего-то домашнего, родного, близкого.

Противоречие между детализированностью и неопределенностью

Современное русское меню гораздо более детализировано, чем меню советского периода. В частности, в меню сети кофеен «Пить кофе» (г. Ростов-на-Дону) мы находим следующие описания салатов:

- Салат «Цезарь» (лист салата с куриной грудкой, чесночными гренками, сыром «Пармезан» и классическим соусом)
- «Греческий» (лист салата, сладкий перец, свежие огурцы, томаты, маслины и сыр «Фета»)
- Салат по-домашнему (с говядиной запеченной, пикантным картофелем, маринованными грибочками и огурчиками)
- Салат из буженины с сыром «Фета» (буженина, шпинат, томаты, сыр «Фета» и шампиньоны)
- Салат с тунцом (лист салата, филе тунца в масле, свежие овощи, пикантный соус)

Что обращает на себя внимание в приведенном фрагменте? Прежде всего, это детальное описание типичных ресторанных блюд – салатов «Цезарь» и «Греческий». В силу их распространенности они вряд ли нуждаются в таком подробном описании. Впрочем, введение этих описаний может быть продиктовано соображениями симметрии и однотипности организации текста, потому что некоторые компо-

ненты меню не являются настолько же известными и нуждаются в комментариях.

Кроме того, бросается в глаза неинформативность некоторых компонентов описания. В частности, что означает «пикантный картофель»? Легко представить себе, что значит отварной, жареный, сырой картофель. Но что значит «пикантный»? Как он обработан? Или, может быть, он готовится со специями? То же можно сказать и о словосочетании «пикантный соус». Наконец, недостаточно определенны словосочетания «свежие овощи» (какие именно овощи?), «филе тунца в масле» (в каком масле?).

В некоторых случаях детализация, подробное описание блюда необходимо в силу его экзотичности или из-за того, что оно является авторским, необычным, нетипичным. Характерные примеры этого находим в меню ресторана «Туннель» (г. Москва):

- *Острый начос с курицей*

Чипсы и курица, обжаренная в специях с расплавленным сыром.

Подается со сметаной, соусом Гуакамоле, перцем Халапеньо

Chicken Nachos. Chicken Nachos, served with sour cream, Guacamole sauce and Jalapeno pepper

В этом примере описание снимает неопределенность слова «начос», незнакомого большинству людей, не имеющих представление о мексиканской кухне.

Желание удивить посетителя побуждает создателей ресторанов идти совершенно необычным путем. Как уже указывалось, меню – это визитная карточка ресторана или кафе. И даже в современных условиях, когда использование рекламы и рекламных приемов часто выходит за границы разумного, меню все же сохраняет за собой прежде всего информативную функцию, сообщая посетителю о блюдах, которые он может заказать. С этой точки зрения попытка предложить посетителю набор блюд «вслепую» оказывается чем-то действительно необычным и выходящим за пределы понимания. Именно так обстоит дело в меню ресторана «В темноте», в котором наряду с обычными блюдами мы находим следующее предложение, сопровождающееся комментарием:

МЕНЮ-СЮРПРИЗ

Меню-сюрприз из 3х блюд

- Закуска, горячее блюдо, десерт

Меню-сюрприз из 2х блюд

- На выбор

Меню-сюрприз белый

- Блюда включают в себя все продукты без ограничений

Меню-сюрприз красный

- Блюда включают в себя мясные продукты, исключая рыбу и морепродукты

Меню-сюрприз синий

- Блюда включают в себя только рыбу и морепродукты

Меню-сюрприз зелёный

- Блюда включают в себя только вегетарианские продукты

Концепция ресторана рассчитана на то, что изначально посетитель не знает состав ингредиентов, из которых приготовлены блюда. Благодаря этому восприятие еды происходит исходя только из вкусовых ощущений. Это позволяет заново узнать вкус многих продуктов, так как в темноте не мешает визуальное восприятие пищи.

Каждое блюдо может включать в себя совершенно различные по содержанию и температуре продукты.

Нельзя не упомянуть о том, что ресторан «В темноте» обыгрывает тему слепоты. В нем есть абсолютно темный зал, где клиент должен есть фактически на ощупь, а обслуживают посетителей данного ресторана слепые официанты, которые прекрасно ориентируются в зале благодаря тренировке. С этой точки зрения идея меню-сюрприза оказывается очень удачной, потому что ставит человека в положение слепого, даже если он не решается отужинать в абсолютно темном помещении. Вполне естественно ожидать, что у посетителя, согласившегося на один из предложенных выше вариантов, возникнет вопрос: «А что я ем?» В самом деле, в небольшом тексте, рассказывающем о данном ресторане, на это указывается прямо: «...нередко гость, заказав меню-сюрприз, не в состоянии определить, что он ест, мясо или рыбу».

С точки зрения современных тенденций, которыми характеризуется речевой жанр меню, следует также обратить внимание на то,

что этот принцип в целом противоречит описанной выше общераспространенной тенденции к детализации, то есть подробному прописыванию состава блюда и способа его приготовления. И в данном исключительном и очень необычном варианте неопределенность оказывается гораздо более существенной, чем в меню, которое содержит только названия блюд, указание на их вес и цену. Информация в данном случае оказывается заведомо неполной: посетитель знает, что ему подадут три или два блюда, что в них не будет каких-то продуктов, что они будут вегетарианскими и т. д. Однако на этом определенность заканчивается, ведь ему могут принести и только острые, и только сладкие блюда; это может быть один суп или один салат и т. д. Отрицание тенденции к максимальной определенности и детализации отрицается, и это отрицание доводится до максимума.

Конечно, этот случай не является типичным. Нечто аналогичное ему в процессе исследования было обнаружено только в уже упоминавшемся меню московского ресторана «Туннель», но применительно к одному блюду:

- *Супчик дня. Выбор нашего шеф повара в зависимости от дня недели и времени года*
Soup of the Day. Ask your attendant for details

Но и этот пример вряд ли достигает того же уровня неопределенности, что и приведенный ранее. Дело в том, что английский текст призывает спросить у официанта о деталях, то есть о том, какой именно суп подается сегодня. Конечно, это не исключает для клиента возможность заказать суп «наугад», «вслепую», не вдаваясь в детали. Однако такая возможность не предлагается. Более того, в приведенном примере из меню ресторана «В темноте» осведомленность клиента о том, что будет ему подано, абсолютно исключается.

Меню как выражение «концепции» заведения

Ярким примером может служить меню ресторана «Запасник. Artgarbage». Концепция этого ресторана тесно связана с живописью (откуда идея запасника), а потому предлагаемые в нем блюда носят на-

звания более или менее известных картин, причем рядом с названием картины указывается имя художника. Приведем фрагмент этого меню – некоторые наименования из раздела «Холодные закуски»:

- «РАДОСТЬ ЖИЗНИ» (А. Матисс) / “JOY OF LIFE” (H. Matisse) (1/150/50/50/2)
Горячий яблочный либо вишневый штрудель (на Ваш выбор). Подается с шариком ванильного мороженого и сливочным соусом / Hot strudel apple or cherry at your choice. Served with vanilla ice-cream and creamy sauce
- «РАЙ» (Иероним Босх) / “PARADISE” (Hieronymus Bosch) (1/150/45)
*Домашний Чиз-кейк с вишневым сиропом
Home cheese-cake with cerry sauce*
- «ЯРМАРКА» (К. Ваутерс) / “THE FAIR” (C. Wauters) (150/30)
Торт, начинённый черносливом, маком, курагой и пропитанный нежным кремом. Подается с топленым шоколадом / Prune cake with poppy seeds and dry apricots filled with tender cream. Served with molten chocolate
- «ОТТЕПЕЛЬ» (Ф. Васильев) / “THAW” (F. Vasilyev) (210)
Жареные в тростниковом сахаре клубника и кедровые орешки в дуэте с лимонным сорбетом / Fried strawberry with reed caramel, pine nut and lemon sorbet
- «ВЗЯТИЕ СНЕЖНОГО ГОРОДКА» (В. Суриков) / “CAPTURE OF SNOW TOWN” (V. Surikov) (105)
Ванильное, клубничное или шоколадное мороженое со сливками и сиропом по вашему желанию / Vanilla, strawberry or chocolate ice-cream

Нетрудно заметить, что некоторые из предлагаемых десертов достаточно традиционны для современных кафе и ресторанов: это штрудель, чиз-кейк, торт, мороженое. Однако оригинальные названия, особенно если они удачно подобраны, способны совершенно преобразить восприятие этих привычных для современного посетителя ресторана блюд и тем самым повысить их ценность, значимость (совершенно не обязательно в денежном измерении). В данном случае меню и названия блюд используются в текстовой функции. Кроме того, они отсылают в первую очередь к концепции ресторана («за-

пасник, хранилище живописных полотен»), а не к самим блюдам, и поддерживают, закрепляют эту концепцию.

И еще два коротких примера, которые взяты из меню краснодарских ресторанов [Шепель, Интернет]:

Филе медведя «Западня», стейк из оленины «Сезон охоты», мясные блюда «Кабанья тропа» и «Зимний перепел», салаты «Привал», «Наседка», «Огород», стейк из свинины «Друг Пуха», шашлык из куриного филе «Побег из курятника», филе свинины «Толстый мельник» и т. д. (ресторан «Медведь»); «Салат для жинки по-иностранчески», «Ячня Деда Микола», салат «Забодел – лечися», «Святыня хохлятская (це сало!)», «Ковбаса свиняча», сковородка «Харчи для кума», «Семушка для атамана», антрекоты из баранины «Вечора на Хуторе» (ресторан «Корчма»).

В первом случае очевидно стремление использовать сельскую и охотничью тематику, что достигается за счет содержательной и образной стороны названий блюд. Во втором случае активно разрабатывается украинская тема. И арсенал языковых средств, которые используют авторы меню, гораздо богаче: это не только содержательные аспекты названий (то есть обращение к реалиям «хохляцкой» жизни), но и использование нелитературных форм: «ковбаса», «ячня», «лечися», «по-иностранчески» и т. д.

Наконец, приведем в качестве примера меню ресторана «Экспедиция» (г. Москва). Идея, лежащая в основе этого ресторана, – геологическая экспедиция на Крайний Север. И создателя ресторана эффективно используют меню (как с точки зрения состава продуктов, так и с точки зрения наименований предлагаемых блюд) для выражения и формирования в сознании посетителя концепции заведения, а в конечном счете – для более полного погружения его в тот мир, который попытались построить создатели ресторана.

Какими чисто языковыми средствами это достигается?

- а) Прежде всего, это предложение блюд из «экзотических» продуктов. «Экзотичность» в данном случае следует понимать очень конкретно: в меню значительное место занимают непривычные для русского, проживающего в европейской части России, продукты, а следовательно, и названия:

- *Муксун слабой соли с отварным картофелем;*
- *Омуль холодного копчения;*
- *Нельма холодного копчения;*
- *Кижуч слабой соли с отварным картофелем;*
- *Дальневосточная подача икры морского ежа;*
- *Жареный на кедровом масле папоротник орляк с чесноком и т. д.*

Добавление типично русского гарнира (отварного картофеля) в этом смысле только подчеркивает, что речь идет о чем-то, что должно быть знакомым русскому человеку, что не является для него абсолютно чужим. Кстати, здесь стоит упомянуть и то, что в меню ресторана «Экспедиция» включены блюда, пусть даже и не всегда обычные, которые все же воспринимаются как чисто русские:

- *Квашеная капуста с мороженой клюквой и морошкой;*
- *Брусника моченая;*
- *Маринованные боровики;*
- *Малосольные огурцы с душистым медом;*
- *Соленые грузди с кольцами репчатого лука и домашней сметаной и т. д.*

Совершенно очевидно, что создатели ресторана намеренно ввели в состав меню значительное число блюд из продуктов, которые можно описать как «естественные», «чисто русские» и даже «деревенские». Это тоже способствует передаче атмосферы походного существования, ведь представление о Крайнем Севере предполагает идею маленьких деревень, практически изолированных от мира, для которых типичен простой и несколько суровый быт.

б) Еще одно средство, которые использовали создатели ресторана «Экспедиция», в большей степени принадлежит к регистру языка. Это имена собственные, так или иначе связанные с Сибирью и Крайним Севером или ассоциативно напоминающие о них:

- *«Сокровища Байкала» (Сугудай из омуля и хариуса, приготовленный по рецепту, привезенному нами из Листвянки);*
- *«Закладка Нансена» (Сундук с провизией путешественника. Строганина из морского гребешка, нельмы, лося и оленя, юкола*

из муксуна и оленины, икорное ассорти (икра омуля, лосося, пинагора и щуки), рыбные и мясные деликатесы Крайнего Севера, салат из папоротника с настойками двух видов);

- Классический рецепт салата «**Индигирка**»;
- Байдарацкая губа;
- Батагайская закуска;
- **Хужирская** закуска;
- Северобайкальский салат и т. д.

Конечно, не все эти имена собственные (как правило, географические названия) способны сообщить что-то конкретное обычному жителю европейской части России. Но они являются русскими, а потому узнаваемыми и одновременно неизвестными, экзотичными.

- в) В некоторых названиях блюд «геологоразведочная» тематика и экзотика Крайнего Севера поддерживается образным обыгрыванием наших представлений о восточной части России. Очень характерным с этой точки зрения является название следующего блюда, которое, по-видимому, является его буквальным описанием и в то же время рисует «картинку» из далекой жизни: «**Камчатский краб на льдине**».

Условность этой картинки вряд ли следует принимать во внимание. Именно благодаря этой условности картинка оказывается более убедительной, и представления о камчатском крабе и плывущих по какому-то северному морю льдинах сплавляются воедино.

Ту же идею создатели ресторана, по-видимому, попытались выразить и в следующем названии, где представление о заледевшей поверхности реки или моря соединяется с представлением о рыбе: «**Рыбная шайба**» (котлета из щуки и омуля, с картофельным пюре и омулевой икрой).

Метонимический принцип в названии реализован в следующем примере: *Таежный привал (картофель, жаренный с грибами, брусничным соусом и пирожком с луком)*. К сожалению, описание блюда в меню сформулировано с точки зрения норм русского языка некорректно, потому что оно дает бессмысленное сочетание «жареный с пирожком». Более удачным было бы другое описание: «картофель, жаренный с грибами и брусничным соусом, и пирожок с луком». Однако в данном контексте важно другое. Название блюда основано на

отношениях смежности, и за ним стоит следующая идея: «такую еду едят на таежном привале». Ситуация, в которой могла бы быть приготовлена такая еда, становится названием блюда.

Конечно, вряд ли люди, живущие в тайге, готовят картофель с брусничным соусом, однако это добавление не является лишним и оправданно тем, что мы имеем дело с ресторанным блюдом.

г) Наконец, некоторые названия (как и сами блюда) отсылают к быту геолога и наверняка была введены в меню ради создания атмосферы, для усиления убедительности концепции. Самым характерным примером является следующее блюдо:

- *“Паек геолога”. Тушенка в банке с вареной гречкой, малосольным огурчиком и “огненной водой” (водкой 45 градусов). Подается исключительно в вертолете (на одну или две персоны)*

Очевидно, что концепция ресторана «Экспедиция» в каком-то смысле является исторической, поскольку, как известно, геологические экспедиции в Сибирь и на Крайний Север пользовались в советское время большой популярностью. Возможно, именно поэтому данная ресторанный концепция работает: достаточно большое количество людей способны если не узнать реалии, которые фигурируют в тексте меню, то хотя бы догадаться, о чем идет речь. Именно поэтому данный пример является хорошим основанием для перехода к другой проблеме – использованию советской тематики в современных ресторанных меню.

Советские мотивы в современном русском меню

В условиях активного развития ресторанного бизнеса и заполненности соответствующей части рынка владельцы ресторанов максимально заинтересованы в формировании уникального предложения, которое сделало бы их заведение максимально запоминающимся, уникальным, необычным. Именно эти качества, по всей видимости, способны привлечь посетителей и обеспечить эффективную рекламу «из уст в уста», то есть рекомендации данного ресторана знакомым со стороны тех, кто его уже посетил.

Естественно, в такой ситуации совершенно закономерно появление ресторанов, которые в той или иной форме «эксплуатируют» советскую тематику. Представляется, что без рассмотрения этого аспекта функционирования жанра меню рассматриваемая тема не будет полностью раскрытой.

Фактически использование советской тематики (в том числе и в формировании меню) – это способ формирования концепции ресторана, о котором было сказано выше. Другими словами, состав меню в данном случае оказывается одним из средств, при помощи которых избранная стилистика ресторана закрепляется и более убедительно передается посетителю.

Внимательное изучение меню ресторанов данного типа приводит к заключению, что советская тема обыгрывается по-разному. Рассмотрим несколько наиболее ярких примеров.

Один из ярких примеров, при этом обладающих уникальным решением, является ресторан «Советский» (г. Минск). Советская тематика в данном случае воплощается достаточно просто. На странице сайта этого ресторана говорится:

«В Советском Союзе практически каждая семья была счастливой обладательницей кулинарной «Книги о вкусной и здоровой пище». Первое издание этой книги увидело свет как раз в 50-х годах XX века и называлось «сталинским». После своего первого издания книга выдержала еще не одно переиздание, но первое, «сталинское» издание так и осталось самым популярным. Во времена СССР покупка книг требовала немалых усилий. Но эта книга стояла на полке буквально в каждой квартире. Пожалуй, все те, кому больше 25–30 лет, прекрасно помнят, какой аппетит разыгрывался лишь при одном взгляде на иллюстрации «Книги о вкусной и здоровой пище». Все было очень просто и при этом очень заманчиво. Сосиски с зеленым горошком, жареные цыплята, суп харчо, булочки с маком – слюнки так и текли.

В наши дни повара ресторана «Советский» воплощают в жизнь рецепты старой советской кулинарной книги. Кухня ресторана представляет собой кухню народов бывшего Советского Союза».

Как видно, решение, избранное создателями данного ресторана, достаточно простое. В самом деле, на сайте не опубликовано меню ресторана в собственном смысле слова, однако имеется раздел, посвященный рецептурам изделий. Кроме того, в правой части страницы содержится раздел «Наше меню», однако в нем (по-видимому, в случайном порядке) помещаются ссылки на рецепты изделий. Внимательное изучение этих рецептов приводит к выводу, что это дословно воспроизведенные рецептуры из «Книги о вкусной и здоровой пище». Таким образом, в минском ресторане «Советский» можно заказать любое блюдо, рецепт которого содержится в кулинарной Библии советского времени.

Замысел создателей ресторана заключается в том, чтобы наиболее полно воссоздать, реконструировать атмосферу советского ресторана:

«Основная изюминка ресторана «Советский» заключается в том, что, оказавшись, за одним из столиков ресторана, вы попадаете в советскую эпоху 50–60-х годов XX века. Внутреннее убранство ресторанных залов, одежда официантов и музыкантов, посуда, оформление меню и предлагаемые блюда – все полностью соответствует советской эпохе середины прошлого века».

Аналогичная направленность присуща и московскому ресторану «Березка», который характеризуется его создателями как «ресторан советского шика». Судя по меню (или его фрагменту), опубликованному на сайте Menu.ru, в этом ресторане подают типично советские блюда: оливье с курицей, салат «Мимоза», винегрет, селедку под шубой, рыбный и гороховый суп, борщ, шницель и т. д.

В некоторых случаях меню ресторана, ориентированного на советскую тематику, оказывается смешанным, то есть содержит как типично советские, так и более современные блюда. В качестве примера можно было бы привести меню ресторана «Служебный вход». К сожалению, сам текст меню недоступен, поскольку он не опубликован на сайтах, посвященных ресторанному бизнесу. Однако на одном сайте содержится описание кухни данного заведения: «О временах СССР напоминают салат «Столичный», килька с луком в пряном соусе, студень с хреном, суп гороховый с копченостями, судак «по-московски», рыбная солянка. Современные же тенденции в ресторане «Служеб-

ный вход» выразились в таких блюдах, как, например, «Греческий салат», креветочный коктейль, рыба, запеченная «по-милански», филе кролика, запеченное с кедровыми орехами, коньяком и травами, и сырное фондю».

Очевидно, что в данных случаях «советское меню» воспроизводится точно, фактически буквально. Однако далеко не во всех случаях это бывает именно так.

Рассмотрим два примера, взятые из меню ресторана «Главпивторг» (г. Москва). (Кстати, обращает на себя внимание само название этого ресторана, которое образовано при помощи аббревиации из сочетаний начальных частей слов [Краткая русская грамматика, 1989, с. 84] – словообразовательная модель, получившая активное развитие после Октябрьской революции).

- а) *«Рыбный салат «Мимоза», хит 68-го года с филе дальневосточного лосося»*. В этом примере центральным компонентом является исконное название советского салата «Мимоза». Однако далее это название обыгрывается на современный манер: «хит 68-го года с филе дальневосточного лосося». Здесь обращает на себя внимание использование слова «хит», которое проникло в русский язык во времена перестройки, а также конкретное указание на то, что это явление, так сказать, историческое («хит 68-го года»). Можно также отметить добавление «филе дальневосточного лосося», которое типично для современного меню, стремящегося подчеркнуть если не исключительно, то хотя бы изысканность блюда.
- б) *«Песня про зайцев», ножки кролика, «филе» помидора под фирменным соусом»*. Этот пример обращает на себя внимание тем, что в нем в качестве центрального компонента, несущего образную нагрузку, выступает заглавие песни из «культового» кинофильма советской эпохи «Бриллиантовая рука». Использование этого заглавия в названии блюда, основным компонентом которого являются ножки кролика, представляет собой яркое проявление иронии.

В самом деле, известная песня рассказывает историю о бесстрашных зайцах, а ее рефреном являются слова: «А нам все равно, а нам все равно, Не боимся мы волка и сову...» Понятно, что волк и сова – это хищники, а следовательно, они с точки зрения зайца представляют

собой воплощение смерти. И заглавие этой песни используется для обозначения блюда, состоящего из ножек этих кроликов. Посетителя ресторана, который увидит это название, наверняка посетят мысли о бренности бытия, о неизбежности смерти (ср. русские пословицы «Индюк тоже думал и в суп попал»). При этом ироничность данного названия вряд ли способна испортить настроение. Скорее, она вынуждает усмехнуться и отметить безжалостное остроумие того, кто это название придумал.

Конечно, в приведенном примере обнаруживается образный компонент. В частности, словосочетание «песня про зайцев» не только указывает на основной компонент блюда и отсылает к известной песне, но и указывает на качество блюда. В современной речи слово «песня» иногда используется для высокой положительной оценки чего-нибудь, ср. «Это просто песня!» С этой точки зрения изобретательный автор данного названия блюда подчеркивает еще и тот факт, что данное блюдо является отменным, очень вкусным, качественным. Но совершенно очевидно, что этот смысл отступает на второй план, поскольку отсылка к известной песне более заметна, так сказать, бросается в глаза.

Обращают на себя внимание также названия некоторых коктейлей, а также определенного рода услуг (предложений):

- пивной коктейль «Made in Glavpivtorg», который состоит из пива и рижского бальзама. В этом названии обыгрывается священная для советского человека надпись «Made in...», причем в состав коктейля входит рижский бальзам, прибалтийский напиток. Как известно, прибалтийские союзные республики были самыми «западными» республиками СССР, а для большинства советских граждан они были единственно доступным «Западом», поскольку выезд за границу в советское время по политическим причинам был достаточно проблематичным. Кроме того, обращает на себя внимание, что этот коктейль представляет собой смесь пива с более крепким напитком. К официальной ресторанной культуре подобные смеси никогда не принадлежали, однако они были типичны для советских ресторанов и пивных, куда посетители нелегально проносили крепкие спиртные напитки;
- услуга «Личный план-график», за которой скрывается последовательность из пяти настоек, изготавливаемых в самом ресторане:

кедровой, лимонной, перцовой, ягодной и хреновухи. В данном случае набор алкогольных напитков сочетается с чисто советским названием

Очень близким не только по названию, но и по идее является ресторан «Главпивтрест» (г. Челябинск).

В названиях блюд, предлагаемых данным рестораном, активно используются советские реалии, причем к блюду дается своеобразный шуточный исторический комментарий. Приведем несколько наиболее ярких примеров:

- *«Только по талонам»*
Ассорти из морепродуктов: креветки, маринованные осьминоги, кальмары, семга, в сливочно-коньячном соусе, с помидорами Черри, красной икрой и листом салата.
- *«Со знаком качества»*
Жизнь дается человеку один раз и прожить ее надо так, чтобы не ошибиться в рецепте: слабосоленая семга, кальмары, сыр, свежие огурчики и чесночная заправка.
- *«Сокращение кадров»*
Две почищенные воблы с ребрышками и спинкою.
- *«Заказной набор»*
Сырная тарелка. Включает в себя лучший набор: «Camembert», «Door Blue», «Strol'h», «Kashkaval», брынза «Фетаки», в классической подаче с виноградом и мятой.
- *«Ни рыба, ни мясо»*
Баклажаны, фаршированные морковью, болгарским перцем и луком.
- *«Селедочка с картофелем «Будничная»*
Любимое блюдо советских тружеников после тяжелого трудового дня. Судя по тому, что ни в одной кухне мира этого беспроигрышного сочетания продуктов не сыскать, автор его - некий отечественный гурман, имя которого, будь оно известно, было бы прославлено в веках, а количество памятников, установленных в его честь, почти наверняка было бы не счесть
- *«Партбюро»*
Водка, ликер «Cointreau», свежавыжатый сок лимона /100 мл/

В еще большей степени комментирование представлено в меню ресторана «Джентльмены удачи» (г. Москва):

- Салат «Морская жемчужина», с любовью приготовленный по рецепту боцмана теплохода «Максим Горький» (мидии, кальмары, креветки, осьминоги, клешни крабов, свежий огурец, помидор, листья салата, сельдерей, заправленные лимонным и анчоусным соусом)
- Салат «Звезда», подаваемый на банкете по случаю вручения Ю.А. Гагарину ордена Ленина и Золотой Звезды Героя в 1961 г. (куриные грудки, говяжья вырезка, грибочки маринованные, китайский салат, сухарики с тимьяном и чесноком, заправлен анчоусным соусом)
- Салат «Ташкент», приснившийся Василию Алибабаевичу в местах не столь отдаленных (говяжья вырезка, свежий редис, кинза, лук фри, заправлен майонезом)
- Овощной букет «По-кубански», заботливо собранный в парниках совхоза «Заветы Ильича» (помидоры, огурцы, редис, болгарский перец, листья салата, лук зеленый, украшенные букетом из свежей зелени)
- Коктейль из креветок в авокадо – блюдо из меню закрытой спец-столовой для сотрудников Минфина на Арбате (креветки, мякоть авокадо, коньячный соус)
- Мясное ассорти, любимая закуска тов. Л.И. Брежнева в охотничьем хозяйстве деревни Завидово (язык, буженина собственного приготовления, бастурма, куриный рулет, фаршированный черносливом и грецкими орехами, всё украшено свежими овощами)
- Ассорти из морепродуктов «Юрмала-86» в сливочном соусе с добавлением пива (кальмары, мидии, креветки, осьминоги, запеченные на сковороде под сыром «Пармезан»)
- Вкуснейшие креветки для любителей пива – закуска «Суши вёсла», входившая в рацион экипажа китобойной флотилии «Слава», СССР, 1932 г. (отварные креветки, соус)

Как видно, в приведенных примерах авторы меню обращаются и к реальным историческим фигурам (Ю.А. Гагарин), и к вымышленным

персонажам (Василий Алибабаевич), и к реалиям, которые не могут восприниматься как конкретные или общеизвестные (совхоз «Заветы Ильича»). В последнем случае мы имеем дело с реалиями, скорее типичными для советской культуры. Они воспринимаются как яркие признаки эпохи, но при этом не отсылают к каким-то конкретным местам или событиям. Это скорее реалии-символы, чем реалии в собственном смысле этого слова.

В случае обыгрывания советской тематики типично противопоставление «своего» и «чужого», то есть иностранного. Приведем два примера:

- *Десерт «Заморский»*
Творожный десерт с клубничным йогуртом (ресторан «Главпивтрест»);
- *Ассорти «Заграничное»*
Сыр «Пармезан», «Дор-блю», перечный «Чеддер», «Масдам», клубника, виноград, грецкий орех (ресторан «Березка», г. Москва).

Таким образом, на современном этапе использование артефактов советской культуры реализуется либо в буквальном, точном воспроизведении советской ресторанной реальности, либо как ироничная игра символами. При этом происходит столкновение несовместимого, то есть явлений, принадлежащих к различным культурным пластам. Это смешение реального и воображаемого, вымышленного, условного (реальные исторические личности и киногерои), официального и неофициального (в ресторане подается коктейль из пива и рижского бальзама), современного и исторического. В этом случае, конечно, имеет место скорее дистанцирование от советской культуры, чем серьезное использование ее наследия.

4.3. ФРАНЦУЗСКОЕ МЕНЮ

Примечательно, что французы были создателями меню как речевого жанра. В частности, В. Похлебкин указывает: «В четкой письменной форме меню появляются уже в середине XVII века, при французском дворе Людовика XIV, но их зачатки, несомненно, существовали и ра-

нее, в Италии и во Франции, в устной форме приказаний различных монархов своим придворным поварам» [Похлебкин, 2004, с. 37]. Было бы весьма интересно проследить эволюцию французского меню в исторической перспективе, однако доступ к информации в этом случае затруднен. Но проблема ждет своего исследователя. Поэтому сосредоточимся на анализе французского меню в его актуальном состоянии.

Современное французское меню хорошо структурировано. Вот несколько примеров того, какие разделы могут выделяться в меню французского ресторана:

- *Entrées – Plats – Desserts* (Закуски – Блюда – Десерты) (*Le Marquis*);
- *Les entrées – Les salades – Les poisson – Les viands – Les desserts* (Закуски – Салаты – Рыбные блюда – Мясные блюда – Десерты) (*Бахо*);

В некоторых случаях эта структура получает игровое оформление. Например, в меню ресторана *Le Ciel de Paris* эта структура представлена заголовками, которые имитируют возможные мысли, побуждения клиентов или, например, предложения, исходящие от сотрудников ресторана:

- Pour commencer...* (Для начала..., букв. «Чтобы начать»)
- Et puis...* (А затем...)
- Pourquoi pas...* (Почему бы не...)
- Les terroirs...* (Местный колорит)
- Les Tentations...* (Соблазны)

Однако подобные примеры немногочисленны (в исследованном материале это единственный пример). В этом отношении французские меню мало отличаются от меню русских. И это в целом понятно, потому что для меню информативная функция является все-таки основной.

В плане наполнения меню различия оказываются более значительными. Если выразаться неформально, то французские меню по сравнению с русскими гораздо более «скучны». Если выразаться более формально, то они практически полностью ориентированы на

информативную функцию. Экспрессивно-образная составляющая в них если и присутствует, то сведена до минимума.

В отличие от русских меню, где широко представлено игровое начало, французские меню сугубо информативны. Названия блюд в них, по большому счету, представляют собой описания, содержащие указание на основные ингредиенты и (в некоторых случаях) способ приготовления. Приведем некоторые характерные примеры. Вот некоторые из названий, размещенных в секции *Pour commencer...* из меню ресторана Le Ciel de Paris:

- *Escargots de bourgogne et pied de cochon, sur un lit de poireaux teuinières* (Бургундские улитки и свиная нога на подстилке из лука-порей)
- *Feuille à feuille de foie gras de canard et pain d'épices, germes de betterave* (Ломтики утиной фуа-гра и хлеб с пряностями, молодая свекла)
- *Salade de homard aux herbes folles et dentelle d'haricots verts, en vinaigrette truffée* (Салат из омара с дикими травами и зеленой фасолью, запавленный специальным соусом на основе уксуса, масла и соли)
- *La verrine de caviar impérial givré «Baeri» (30 gr) Blinis et verre de vodka* (Стаканчик мороженой царской икры «Baeri» (30 гр), блины и рюмка водки)

Аналогичные примеры находим и в меню ресторана Вахо (раздел «Мясные блюда»):

- *Aiguillettes de canard mijotées aux pêches* (Тонкие ломтики утки, отваренные с персиками)
- *Crumble de poulet aux legumes* (Крамболь из цыпленка с овощами)
- *Médailлон de veau au croustillant de pomme et fromage* (Медальон из телятины с пикантной корочкой из яблок и сыра)
- *Pavé de boeuf et sa sauce au miel ou au roivvre* (Большой кусок говядины с соусом из меда или перца)

Вот несколько примеров из раздела «Закуски» («Les Entrées») в меню ресторана Les Fougeres:

- *Salade vert de jeunes pousses aux fleurs de ciboulette et huile de noisette* (Молодые побеги салата с шнитт-луком и ореховым маслом)
- *Terrine de foie gras de canard en salade de légumes printaniers et brioche* (Миска утиного фуа-гра с овощным салатом и булочкой)
- *Crevettes en infusion chaude de citronnelle, coriandre fraîche et lait de coco* (Креветки, политые горячим настоем мелиссы, со свежим кориандром и кокосовым молоком)

Это, конечно, не означает, что любые французские меню построены именно таким образом. Скорее, речь идет о типичной структуре французских меню. В исследованном материале встречаются более привычные для русского читателя варианты, когда в меню присутствуют как названия блюд, так и их описания, дающие представление посетителю ресторана о предлагаемом блюде.

Хороший пример – меню сети ресторанов Le Louchebem. Приведем небольшой фрагмент из него:

<i>Bavette</i>	<i>Покромка</i>
<i>viande longue & maigre</i>	продолговатый кусок нежирного мяса
<i>sauce au bleu à part</i>	соус из сыра с плесенью отдельно

<i>Merlan</i>	<i>Мерлан</i>
<i>viande maigre & serrée</i>	нежирное, плотное мясо
<i>sauce poivre à part</i>	пряный соус отдельно

<i>Entrecôte</i>	<i>Антрекот</i>
<i>viande grasse & gouteuse</i>	жирное, вкусное мясо
<i>sauce bordelaise à part</i>	соус бордо отдельно

В этом случае членение на название и описание просматривается достаточно четко: название представляет собой разновидность подаваемого мяса, описание сообщает об отличительных свойствах этого мяса, а также о возможности заказать соус к этому блюду.

Однако стоит обратить внимание, что слова *bavette*, *merlan*, *entrecôte* – это специальные термины кулинарии и пищевой промыш-

ленности, которые обозначают части туши животного. Это в полном смысле специальные термины, которые гораздо реже встречаются в речи, чем, например, привычное нам *грудинка* (*poitrine*); в словарях указанные термины фигурируют с пометами «кул.» («кулинарное») или «пром.» («промышленное»). Можно предположить, что посетитель в полной мере не поймет этих слов, и именно это оказывается «фишкой» данного заведения, ведь посещение представляет для человека определенный познавательный интерес.

В конечном счете, это позволяет увидеть много общего между последним примером и теми примерами, которые были приведены выше. Французская «кулинарная картина мира» предполагает более дробное, «дискретное» представление блюда. Во-первых, это может проявляться в детальном описании, которое становится единственным «идентификатором» блюда. Во-вторых, «дискретность» может проявляться в более широком использовании специальных терминов. Терминология вообще предлагает дробное представление мира, поскольку позволяет различить множество нюансов и тонкостей. И именно использование деталей оказывается основным средством формирования «идентификатора», выделяющего блюдо из всех остальных.

Как видно из всех приведенных примеров, предлагаемые блюда отличаются изобретательностью, уникальностью и изысканностью; при внимательном рассмотрении большого количества материала становится очевидным, что точное повторение одного блюда в меню различных ресторанов практически невозможно: владельцы и шеф-повара стремятся к тому, чтобы их предложение отличалось от любых других. Как правило, эта оригинальность заключается в не столько в основных продуктах блюд и не в самих блюдах, а в сочетании ингредиентов.

Обращает на себя внимание тот факт, что для французских меню практически не характерно использование названий блюд, как классических, так и экспрессивных, то есть привлекающих внимание. В этом отношении французское меню более похоже на меню советского периода. Однако здесь есть отличие, которое не является собственно языковым, поскольку обусловлено условиями жизни носителей лингвокультуры. Оно заключается в том, что, по сравнению с советскими меню, французские меню гораздо более «утонченны», ведь шеф-повара

пытаются удивить гостей ресторана редкими, необычными, изысканными продуктами и ингредиентами, которые не являются частью обыденной, повседневной жизни. В этом смысле французское меню вряд ли правомерно назвать «бедным». Лаконичность же и сухость советского меню была обусловлена главным образом закрытостью русской культуры и недоступностью экзотических ингредиентов.

Стоит отметить также структурное различие между русскими и французскими ресторанными меню. Прежде всего, в русском меню название блюда и его описание, как правило, реализуются отдельными, самостоятельными компонентами, в силу чего номинативная и информирующая функции расщепляются. Во французском меню блюдо представляется одним компонентом, который являет собой достаточно развернутую конструкцию. При этом номинативная и информирующая функции реализуются в данной конструкции контаминированно.

И если в русском меню описание блюда часто играет вспомогательную (поясняющую) роль, то во французском меню описание блюда занимает место названия и фактически превращается в название. При этом объем данного названия-описания не является препятствием: как следует из приведенных примеров, оно может быть достаточно развернутым и подробным. Принцип лаконичности, типичный для названий, заголовков и т. д., в этом случае не реализуется, и это естественно, поскольку совмещение номинативной и информативной функций в одной конструкции делает необходимым подробное представление блюда.

При объяснении особенностей французских меню вряд ли есть смысл обращаться к глубинным чертам французской культуры и французского национального характера. Скорее, объяснение в этом случае лежит на поверхности: такова специфика традиционной французской кулинарной картины мира. Французы славятся как творцы утонченной кухни, и утонченность проявляется в умении использовать особые качества ингредиентов, а также способности их необычным образом соединять.

Нельзя сказать, что это не свойственно русской ресторанной кулинарии. Более или менее подробное описание состава блюда и способа его приготовления – неотъемлемая часть многих ресторанных меню.

Однако русское языковое сознание в большей степени тяготеет к представлению блюда в виде отдельного «кирпичика», из которого состоит меню. Русское языковое сознание в большей степени нуждается в названии блюда, что делает посещение ресторана или кафе событием более предсказуемым. Французские заведения общественного питания привлекают своих посетителей чем-то необычным, прежде всего – необычным, исключительным сочетанием ингредиентов.

4.4. АМЕРИКАНСКОЕ МЕНЮ

Для начала приведем в качестве примера фрагмент из раздела «Eggs & Omlettes» меню ресторана «Cha cha cha» (Лос-Анджелес):

Huevos al Gusto	(исп.) Яйца по вкусу
Two farm fresh eggs served with grilled chicken sausage	(англ.) Два свежих деревенских яйца с поджаренной на гриле куриной сосиской
Tortilla Marbella	(исп.) Тортилья «Марбелья»
Seafood omelet with scallions & mushrooms	(англ.) Омлет с морепродуктами, зеленым луком и грибами
Huevos Al Salmon	(исп.) Яйца с лососем
Grilled salmon filet over scrambled eggs with garlic & basil	(англ.) Филе лосося, поджаренное на гриле, со взбитыми яйцами, чесноком и базиликом
Huevos Negros	(исп.) Черные яйца
Poached eggs served on crusty bread with spicy black pepper sauce	(англ.) Яйца-пашот на хрустящем хлебе с острым соусом на основе черного перца
Steak & Eggs	(англ.) Стейк и яйца
Grilled New York steak & two fried eggs with salsa criolla	Нью-йоркский стейк, поджаренный на гриле, и два яйца с соусом (исп.) криольская сальса

Как видно, в этом меню последовательно различаются названия и описания предлагаемых блюд. При этом названия не всегда носят обобщенный описательный характер. В некоторых случаях они оказываются в своей основе образными. Наиболее ярко это проявляется в названии *Tortilla Marbella*, которое содержит название испанского города Марбелла. Названия *Huevos al Gusto*, *Huevos Negros* также вряд ли можно назвать буквальными, поскольку они не описывают продукт, а образно представляют некоторые его качества.

Вообще на американском рынке имеется большое количество ресторанов национальной кухни. Исследованный материал позволяет

сделать вывод о том, что, помимо традиционных американских ресторанов, наиболее часто встречаются рестораны мексиканские, испанские и французские. Специфика ресторана нередко отражается в том, что в названиях блюда используются иноязычные выражения, что, в общем-то, сближает американские меню с русскими.

Приведем также несколько примеров из раздела «Lunch» меню французского ресторана La Grenouille, Нью-Йорк (там, где это возможно, дается один перевод и для французского, и для английского текста):

Le Potage Saint Germain	(фр.) Суп «Сен-Жермен»
"Saint Germain" Split Green Pea Soup	(англ.) Протертый гороховый суп «Сен-Жермен»
La Salade de Betteraves et Cresson au Fromage de Chèvre	(фр., англ.) Салат из свеклы и кресс-салата с козьим сыром
Beets and Watercress Salad with Goat Cheese	
Oeuf Fermier Poché aux Poireaux	(фр.) Деревенские (букв. «фермерские») яйца-пашот (т. е. сваренные в кипящей воде без скорлупы) с луком-пореем
Farm Raised Poached Egg with Mushroom Vinaigrette	(англ.) Деревенские фйци-пашот с грибным соусом
Pâté de Foies de Volaille et Céleri Remoulade	(фр., англ.) Пирог с печенью домашней птицы и острой горчишно-сельдерейной приправой
Chicken Liver Pâté with Celery Roots "Remoulade"	
Le Risotto aux Champignons Sauvages	(фр., англ.) Ризотто с дикими шампиньонами
Wild Mushrooms Risotto	

Нетрудно заметить, что формально это меню является типично французским. В нем так же, как и в типичных французских меню, каждое блюдо представлено кратким описанием. Представляется естественным для французского ресторана то, что основные названия-описания блюд выполнены на французском языке и сопровождаются переводом на английский язык. Сочетание французских описаний с дословным английским переводом – это самый очевидный способ акцентирования «французскости» кухни, который не приведет к непониманию со стороны посетителя.

В то же время уже среди приведенных примеров мы встречаем одну деталь, которая нетипична для французского меню. Первое название блюда включает не только определение его сущности (согласно

словарю Collins, *potage* – «any thick soup» («любой густой суп»). Еще в нем содержится собственно название *Saint Germain*. Само по себе общее название *potage*, скорее всего, будет воспринято как специфически французское. Тем не менее имя собственное *Saint Germain* еще больше усиливает аромат «французскости» за счет отсылки к реалиям французской культуры.

Примерно ту же картину обнаруживаем в меню десертов ресторана «Balthazar»:

Apple Tart with crème anglaise and vanilla ice cream	Яблочный пирог с английским кремом и ванильным мороженым
Warm Chocolate Cake with white chocolate ice cream	Теплый шоколадный кекс с белым шоколадом и мороженым
Caramelized Banana Ricotta Tart with banana ice cream	Рикотта с карамелизованным бананом с банановым мороженым
Pavlova baked meringue with warm seasonal berries	Павлова безе с теплыми ягодами в зависимости от сезона
Lemon Mille-Feuille with lemon grass granite and lemon parfait	Лимонный Наполеон с лимонником и лимонным парфэ

В отличие от приведенных выше выдержек из меню, в этом случае меню не включает иностранный текст (за исключением заимствованных слов вроде *mille-feuille*, буквально «тысяча лепестков»). Отдельные пункты меню состоят из названия блюда и информации о его составе, способе приготовления или типе. При этом между названием и описанием устанавливаются различные соотношения:

- описание распространяет, а следовательно, дополняет название (*Apple Tart Tatin with crème anglaise and vanilla ice cream*);
- описание дополняет название, а его центральным компонентом является родовое наименование блюда (*Pavlova // baked meringue with warm seasonal berries*).

В американских меню встречается языковая игра, например:

Cha Cha Chicken Sandwich Grilled chicken breast with garlic mayo, tomato & avocado	Сандвич Ча-Ча-Чикен Грудка цыпленка, поджаренная на гриле, с чесночным майонезом, помидором и авокадо
---	--

В этом примере мы имеем дело с обыгрыванием названия заведения «Cha cha cha». Название ресторана состоит из трех слогов *cha*, в названии сэндвича этот слог повторяется дважды, а следующее за ним слово начинается с буквосочетания *ch*. Это название для наглядности можно было бы записать так, как если бы оно произносилось одним словом: *cha-cha-chicken*.

В то же время нельзя сказать, что подобные примеры для американских меню в высокой степени частотны и типичны. Игровое начало допустимо в американском меню, чем оно отличается от строгого типичного французского меню, и приведенные примеры свидетельствуют об этом. Однако оно реализуется достаточно редко (в отличие от русских меню, где игровое начало в наши дни представляет собой своеобразную негласную норму).

ВЫВОДЫ

1. Речевой жанр меню – это прекрасный материал для того, чтобы поставить вопрос о чертах лингвокультуры и речевого поведения ее носителей, которые не детерминированы социальными нормами, традициями, особенностями территории проживания носителей или чертами национального характера. Точнее, речь идет о нормах, которые формируются в самом речевом поведении без какой-либо экстралингвистической мотивировки. Речевую практику развитого общества нельзя представить без рефлексии над речевым поведением: без отбора удачных образцов, отсеивания неудачных, выработки новых форм поведения, отрицающих старые, и т. д. И некоторые особенности лингвокультуры могут формироваться непосредственно в речевом поведении.

В конечном счете, нет оснований для того, чтобы за конкретным блюдом, представляющим уникальное сочетание продуктов и уникальную технологию приготовления, не могло закрепиться идентифицирующее имя. Имя собственное в сочетании с общим названием (что-нибудь вроде *салат «Маргарита»*) – едва ли не лучший способ закрепить такое сочетание. Тем не менее во французских меню этот способ не используется.

2. Впрочем, эта «самодостаточность» собственно языковых традиций не является абсолютной. Французы известны как творцы изысканной кухни, и вполне вероятно, что именно особое отношение к пище привело к несколько «математическому» подходу в наименовании блюд. В этом случае важны не столько «языковые красоты», сколько точная информация о том, что будет подано. И с такой точки зрения становится ясно, что любые «украшательства» в виде ярких, образных выражений – это скорее удаление от истинной, собственно кулинарной «красоты» блюда, чем приближение к ней.

С другой стороны, американские и русские меню в той или иной степени ориентированы на привлечение внимания и «обман» потребителя. При этом для русских меню эта черта свойственна в гораздо большей степени, чем для американских. Причиной этого, по всей видимости, является общность рыночных технологий, которые активно используют американцы и русские (последние заимствовали этот опыт).

Тем не менее, американское меню оказывается более «сдержанным» с точки зрения использования экспрессивных средств. И это также можно объяснить: русская культура только осваивает рекламный дискурс, а потому больше склонна к «злоупотреблениям», то есть чрезмерной рекламной привлекательности.

3. Во французских меню практически не фиксируется использование иностранных слов (за исключением заимствований, которые вошли во французский язык в качестве основных номинаций продуктов). Русские и американские меню гораздо более «терпимы» к использованию иностранных слов – даже в том случае, если сами по себе они могут быть непонятными для посетителя.

Эти общие черты русских и американских меню объяснить нетрудно. По всей видимости, и русские, и американцы более терпимы по отношению к национальным различиям, ведь и Россия, и США являются многонациональными государствами, «котлами», в которых переплавляется множество национальных культур. Естественно, между Россией и США имеются различия. Смешение языков в США – следствие того факта, что американское население изначально состоит из представителей самых разных национальностей, как коренных, так и европейских и азиатских. Что касается русской культуры, то для нее заимствования из других языков в целом являются характерной чертой (и это, пожалуй, можно рассматривать как одно из непосредственных проявлений «широты русской души»).

В свою очередь, французы отличаются заметной ревностью в вопросах, связанных с их национальной культурой. Широко известно противостояние французов и англичан; французское правительство принимает законы, которые препятствуют чрезмерному присутствию английской и американской (а шире, иностранной) культуры в информационном пространстве Франции. В свете этого «французскость» французских меню становится вполне понятной и объяснимой.

4. Типичное французское меню создает впечатление «коннотативной бедности». Но это не значит, что оно полностью лишено коннотаций. На самом деле типичное французское название-описание блюда выполняет не только информативную функцию – еще оно непрямо выражает коннотативную сему «изысканность». Это достигается за счет указания на необычные, нетипичные, редкие ингредиенты, сочетания этих ингредиентов, а также использования специальной тер-

минологии, которая позволяет выразить «тонкую» специфику блюда и его приготовления. Но данная коннотация присуща очень большому количеству текстов, в силу чего с обыденной точки зрения ее заметить не так легко и специфика французского меню становится в полной мере заметной только в контексте межкультурного сопоставления. Восприятие и воспроизведение этого стереотипа осуществляется автоматически.

Русские и американские меню, хотя и в разной степени, в большей степени эксплуатируют коннотативные составляющие и различные способы дополнительного осложнения смысла меню как текста. Однозначным лидером в этом отношении является русское меню,

5. В целом – и это важно с точки зрения меню как речевого жанра – информативную и экспрессивно-образную составляющие можно рассматривать как два полюса, между которыми находится конкретный текст. Меню может быть максимально информативным, и многие французские меню это в полной мере демонстрируют. Пример меню, в котором экспрессивно-образное начало преобладало бы над информативным, перевешивало и даже подавляло его, в процессе исследования обнаружить не удалось. Тем не менее, имеется целый ряд текстов, принадлежащих к русской лингвокультуре, в которых экспрессивно-образное начало выступает на первый план, хотя информативное начало при этом тоже сохраняется.

Литература

1. Аверинцев С.С. Историческая подвижность категории жанра: опыт периодизации // Историческая поэтика. Итоги и перспективы. – М.: Наука, 1986. С. 104–116.
2. Азарова О. «Я вам пишу...» Деловые и личные письма. – Ростов н/Д: Феникс, 2004.
3. Акулова Е.В. Русские и немецкие объявления о знакомстве: трехкомпонентная фреймовая модель // Жанры речи. – Вып. 5. – Саратов, 2007.
4. Анисимова Т.В. О выделении жанров в деловой риторике // Путь в риторику. – Пермь: Изд-во ЗУУНЦ, 1999. – Вып. 2. – С. 24–37.
5. Анисимова Т.В. О принципах классификации риторических жанров // Речевое общение (Теоретические и прикладные аспекты речевого общения). Специализированный вестник. – Красноярск, 2000. – Вып. 2 (10). – С. 43–48.
6. Анисимова Т.В. Принципы разграничения риторических жанров // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия. 2: Языкознание. – Волгоград, 2005. – Вып. 4. – С. 54–57.
7. Антология речевых жанров. – М.: Лабиринт, 2007. – 320 с.
8. Антонова В.И. Аналитические жанры газетной публицистики. – Саранск: Мордовский ун-т, 2002. – 83 с.
9. Антонова Л.Г. Письменные жанры речи учителя: Учебное пособие для студентов педвузов. – Ярославль: Изд-во ЯрГПУ, 1998. – 114 с.
10. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – М., 1990. – 295 с.
11. Арутюнова Н.Д. Жанры общения // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. – М.: Наука, 1992. – С. 52–63.
12. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Сер. лит. и языка. – 1981. – Т. 40. – Вып. 4. – С. 356–367.
13. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 895 с.
14. Баженова Е.А. Научный текст в аспекте поликонтекстуальности. – Пермь, 2001. – 272 с.
15. Балакай А.Г. Русский речевой этикет и принципы его лексикографического описания. – Новокузнецк, 2002. – 228 с.
16. Баранкова Г.С. К истории создания второго издания «Праславянской грамматики» Г.А. Ильинского // Русский язык в научном освещении. – 2002. – № 2 (4). М.: Языки славской культуры. – С. 211–248.
17. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. – М.: Художественная литература, 1986.
18. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собрание сочинений. – Т. 5. Работы 40-х – начала 60-х гг. – М.: Русские словари, 1997. – С. 159–206.

19. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Литературная учеба. – 1978. – № 1. – С. 200–219.
20. Бахтин М.М. Проблема текста // Бахтин М. М. Собрание сочинений. – Т. 5. Работы 40-х – начала 60-х гг. – М.: Русские словари, 1997. – С. 306–326.
21. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М.: Худож. лит., 1990. – 543 с.
22. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 445 с.
23. Бельчиков Ю.А. Взаимодействие функциональных разновидностей языка (Контаминированные тексты) // Культура русской речи и эффективность общения / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. – М: Наука, 1996. – С. 9–14.
24. Беляева Е.И. Грамматика и прагматика побуждения: Английский язык. – Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 1992. – 168 с.
25. Бердяев Н. Судьба России. М.: Эксмо, 2007. – 640 с.
26. Богатова Т. В центре – клиент // PC Week, 2000. – № 40.
27. Богин Г.И. Явное и неявное смыслообразование при культурной рецепции текста // Русское слово в языке, тексте и культурной среде. – Екатеринбург: Арго, 1997. – С. 146–164.
28. Бокова О.В. Невербальные символы как средство отображения запретов: Магия слова (на материале афористики) // Язык, коммуникация и социальная среда. – Вып. 5. – Воронеж, 2007. – С. 204–214.
29. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка. – М.: Высшая школа, 1990. – 144 с.
30. Бровкина Ю.Ю. К проблеме дифференциации жанров печатной рекламы // Лингвокультурологические проблемы толерантности: Тез. докл. междунар. конф., Екатеринбург, 24–26 октября 2001 г. – Екатеринбург: УрГУ, 2001. – С. 121–124.
31. Бровкина Ю.Ю. Поздравление как жанр паблик рилейшнз: риторический аспект // Актуальные проблемы управления – 2005. – М.: Изд-во ГОУ ВПО ГУУ, 2005. – Вып. 6. – С. 123–128.
32. Бурлина Е.А. К вопросу о жанре как методологической проблеме // Методологические проблемы современного искусствознания. – М., 1986. – С. 330–351.
33. Бусоргина Н.Ю. Лингвокультурные особенности англоязычных типовых писем // Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета. – 2006 а, – № 1(9). – С. 281–287.
34. Бусоргина Н.Ю. Типология речевых жанров в американском письмовнике // Вестник Самарского государственного университета. 2006. – № 5/1 (45). – С. 144–150.
35. Бусоргина Н.Ю. Эпистолярный текст как составляющая ритуального и этикетного дискурса (на материале английского языка). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Самара, 2006 б. – 22 с.

36. Вазорнин Ю. Н. Теоретические основы риторики. – Тверь: Тверской ун-т, 1998. – 120 с.
37. Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров. – М., 1978. – 183 с.
38. Валгина Н.С. Синтаксис русского языка. М., 2000.
39. Валгина Н.С., Розенталь Д.Э., Фомина М.И. Современный русский язык / Под ред. Н.С. Валгиной: Учебник для вузов. – М.: Логос, 2001. – 528 с.
40. Ван Х. Жанр делового письма и его субжанры. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 24 с.
41. Васильева А.Н. Курс лекций по стилистике русского языка. – М.: Русский язык, 1976. – 192 с.
42. Вдовина Е.В. Поздравление и пожелание в речевом этикете: концептуальный и коммуникативный анализ. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 26 с.
43. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – М., 2001. – 288 с.
44. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
45. Вежбицкая А. Немецкие «культурные сценарии»: общественные знаки как ключ к пониманию общественных отношений и культурных ценностей // Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. Грамматическая семантика. Ключевые концепты культур. Сценарии поведения. – М., 1999. – 780 с.
46. Вежбицкая А. Речевые жанры // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 99–111.
47. Вежбицкая А. Русский язык // Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М., 1997. – С. 33–88.
48. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. Грамматическая семантика. Ключевые концепты культур. Сценарии поведения. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 780 с.
49. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
50. Вендлер З. Иллокутивное самоубийство // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 238–250.
51. Винкель Х. «Эпистолярный жанр устарел»: По поводу анахронизма одного жанра и его обновленной инсценировки // Культура и власть в условиях коммуникационной революции XX века: Форум немецких и российских исследователей. – М., 2002. – 209–226 // www.iek.edu.ru/groups/airo/winkel.pdf.
52. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. – М., 1993. – 172 с.
53. Винокур Т.Г. Устная речь и стилевые свойства высказывания // Разновидности городской устной речи. – М.: Наука, 1988. – С. 44–84.
54. Виппер Б.Р. Введение в историческое изучение искусства. – М.: Изобразительное искусство, 1985. – 340 с.

55. Волошинов В.Н. Конструкция высказывания // Литературная учеба. – № 3. – 1930. – С. 65–87.
56. Волошинов В.Н. Марксизм и философия языка. – Л.: Прибой, 1929. – 188 с.
57. Воробьев В.В. Лингвокультурология: теория и методы. – М., 1997. – 331 с.
58. Гагарская Е.А. Модель речевого жанра объявления о знакомстве // Речевое общение (Теоретические и прикладные аспекты речевого общения). – 2005. – № 18. – С. 164–168.
59. Гайда С. Жанры разговорных высказываний // Жанры речи. – Вып. 2. – Саратов: Колледж, 1999. – С. 103–112.
60. Гайда С. Проблемы жанра // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая реализация. – Пермь, 1986. – С. 22–28.
61. Галанова О. Е. Коммуникативный жанр как методологический концепт изучения форм социального взаимодействия // Социологические исследования. – 2010. – № 6. – С. 80–86.
62. Гвенцадзе М.А. Коммуникативная лингвистика и типология текста. – Тбилиси, 1986. – 315 с.
63. Гольдин В.Е. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 23–34.
64. Гольдин В.Е. Проблемы жанроведения // Жанры речи: Сборник науч. ст. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – Вып. 2. – С. 4–7.
65. Горбачева Е.Н. Речевой жанр «пари»/«betting»: дискурсивные и лингвокультурные характеристики // Жанры речи. – Вып. 6. – Саратов, 2009.
66. Горбачева Е.Н. Спор как лингвокультурный концепт. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2006.
67. Горелов И.Н., Седов К.Ф. Основы психолингвистики. – М.: Лабиринт, 2008. – 224 с.
68. Гулякова И.Г. Конец жанра // Glossos. Issue 2. Contemporary Russian Studies: Culture, Language and Linguistics // <http://www.seelrc.org/glossos>.
69. Данилевская Н. В. К вопросу о стереотипных единицах мыслительного процесса // Текст: стереотип и творчество. – Пермь, 1998. – С. 119–136.
70. Дворецкая В.С. Научный функциональный стиль и виды жанров в научном стиле // Вестник Мордовского университета. 1993. – № 4. – С. 33–37.
71. Дементьев В.В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С. 35–37.
72. Дементьев В.В. Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия // Жанры речи: Сборник науч. ст. – Саратов, 2002. – Вып. 3. – С. 18–40.
73. Дементьев В.В. Лингвистический аспект светскости // Вестник Омского университета. – 1999. – Вып. 4. – С. 85–88.
74. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры. – Саратов, 2000. – 248 с.
75. Дементьев В.В. Светская беседа: жанровые доминанты и современность // Жанры речи: Сборник научных трудов. – Вып. 2. – Саратов, 1999. – С. 157–177.

76. Дементьев В.В. Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типология речевых жанров // *Жанры речи: Сборник науч. ст.* – Вып. 1. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – С. 34–44.
77. Дементьев В.В., Седов К.Ф. Социопрагматический аспект теории речевых жанров. Саратов, 1998. 107 с.
78. Документы и делопроизводство: Справочное пособие / Т.В. Кузнецова, М.Т. Лихачев, А.Л. Райхцаум, А.В. Соколов. – М., 1991. – 296 с.
79. Долинин А.К. Проблема речевых жанров через 45 лет после статьи Бахтина // *Русистика: Лингвистическая парадигма конца XX века.* – СПб., СПбГУ, 1998. – С. 35–46.
80. Долинин К.А. Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия // *Жанры речи.* – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 7–13.
81. Дубровская О.Н. Имена сложных речевых событий в русском и английском языках. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Саратов, 2001.
82. Дубровская О.Н. Сложные речевые события и речевые жанры // *Жанры речи.* – Саратов, 1999. – Вып. 2. – С. 97–102.
83. Дудкина Н.В. Вербальный и коммуникативно-прагматический аспекты в описании речевого жанра (на материале русских и английских поздравительных текстов) // *Материалы международной научно-практической конференции «Южно-Российские научные чтения – 2009»: «Слово и текст: коммуникативный, лингвокультурный и исторический аспекты».* – Ростов н/Д: НМЦ «Логос», 2009. – С. 125–127.
84. Дудкина Н.В. Композиционно-структурные аспекты в описании речевого жанра (на материале речевого жанра поздравления в русском и английском языках) // *Сборник материалов I Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Коммуникативное образование в России: история и современность».* – Новокузнецк: РИО КузГПА, 2010. – С. 60–65.
85. Дудкина Н.В. Поводы для поздравлений: Русско-американские «несоответствия» // *II Международная конференция «Русский язык и литература в международном образовательном пространстве: современное состояние и перспективы».* – Т. 2. – Гранада, 2010. – С. 1172–1176.
86. Дудкина Н.В. Речевой жанр «поздравление» в русской и американской лингвокультурах: сопоставительный анализ // *Известия ЮФУ. Филологические науки.* – 2010. – № 2. – С. 87–95.
87. Дудкина Н.В. Речевой жанр поздравление в системе речевых жанров (на материале русского и английского языков) // *V Международная научная конференция «Язык. Дискурс. Текст».* – Ростов н/Д: АкадемЛит, 2010. – С. 105–107.
88. Дудкина Н.В. Типологические признаки жанра поздравления (на материале русских и английских поздравительных текстов) // *Международная заочная лингвистическая конференция «ЯЗЫКОЗНАНИЕ–2010:*

- Язык. Культура. Современность». – Челябинск: Юж.-Уральское кн. изд-во, 2010. – С. 72–78.
89. Дудкина Н.В., Покровская Е.А. Поздравление как тип коммуникативного взаимодействия (на примере американского английского и русского языков) // *Journal of International Scientific Publications: Language, Individual & Society*. – Vol. 4. – P. 2. – Болгария, 2010. – P. 99–132.
 90. Дыбовский А.С. Ритуал и игра: О некоторых особенностях речевой коммуникации в японском и русском этноязыковых коллективах (по-становка проблемы) // *Известия Восточного института Дальневосточного государственного университета*. – 2006. – Вып. 13. – С. 103–120.
 91. Дьячкова И.Г. Похвала и порицание как речевые жанры (прагматический анализ) // *Вестник Омского государственного университета*. – 1998. – Вып. 3. – С. 55–58.
 92. Жанры международной журналистики / Ю.П. Матюхин, Н.И. Никифорова, В.В. Партугимов и др. – М.: МГИМО, 1983. – 98 с.
 93. Жанры речи: Сборник научных трудов. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997–2009. – Вып. 1–6.
 94. Жанры советской газеты. – М., 1972. – 128 с.
 95. Задорин Д. Лечебное голодание. Размышления о хлебе насущном как политическом двигателе // *Киевский телеграф*. – 2007. – № 42 (388), 19–25 октября // <http://telegrafua.com/388/world/7853/>. [Проверено 9.06.2009].
 96. Зализняк А.А. Левонтина И.Б., Шмелев А.Д., Ключевые идеи русской языковой картины мира. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.
 97. Захарова Е.П. Коммуникативные категории и нормы // *Хорошая речь*. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2001. – С. 163–179.
 98. Захарьянц Я.А. Речевой акт комплимента и речевой этикет // *Теория языка и мужкультурная коммуникация*. – 2009. – № 2(6). – С. 81–85.
 99. Земская Е.А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества // *Вопросы языкознания*. – 1996. – №3. – С. 23–31.
 100. Ильинова Е.Ю. Когнитивный аспект жанрового пространства текста // *Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия «Современные лингвистические и методико-дидактические исследования»*. – 2006. – № 6. – С. 9–17.
 101. Ирисханова О.К. О лингвокреативной деятельности человека: отглагольные имена. – М., 2004. – 352 с.
 102. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск: Изд-во Омск. ун-та, 1999. – 285 с.
 103. Иссерс О.С. Речевая тактика комплимента в разговорной речи // *Речь города. Тезисы докладов Всероссийск. межвузовск. науч. конференции*. – Омск, 1995. – С. 95–108.
 104. Казачкова Ю.В. Выражение сочувствия в русском и английском речевом общении (жанровый аспект). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2006.
 105. Каменский А.И., Каменская И.Б. Практическая грамматика английского языка. – Харьков, 2002. – 278 с.

106. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 144–153.
107. Карасик В.И., Прохвачева О.Г., Зубкова Я.В., Грабарова Э.В. Иная ментальность. – М.: Гнозис, 2007. – 352 с.
108. Кашпур В.В. Жанр «поздравление» в русском политическом дискурсе: к проблеме лингвокогнитивного моделирования // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – декабрь (№ 305). – С. 11–14.
109. Ким М.Н. Жанры современной журналистики. – СПб., Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 335 с.
110. Кириленко С.А. Культурная унификация в сфере питания как отражение функционализации телесного опыта // *Studia culturae*. – Вып. 3. – Альманах кафедры философии культуры и культурологии и Центра изучения культуры философского факультета Санкт-Петербургского государственного университета. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С. 122.
111. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Речь москвичей. Коммуникативно-культурологический аспект. – М.: Ин-т русского языка РАН. 1999. – 346 с.
112. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: Успешность речевого взаимодействия. – М: РИПОЛ классик, 2002. – 317 с.
113. Ковченков В. Московская кухня. – М., 1981.
114. Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. – М., 1982. – 223 с.
115. Кожина М.Н. Некоторые аспекты изучения жанров в нехудожественных текстах // Стереотипность и творчество в тексте. – Пермь, 1999. – С. 40–65.
116. Кожина М.Н. О речевой системности научного стиля сравнительно с некоторыми другими. – Пермь, 1972. – 395 с.
117. Кожина М.Н. Полевая структура функционального стиля // Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М.Н. Кожиной. – М., Флинта: Наука, 2003. – С. 290.
118. Кожина М.Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты и проблемы) / М.Н. Кожина // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – Вып. 2. – С. 54–60.
119. Коляян Д.Л. Ухаживание как тип коммуникативного поведения // Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения. – Волгоград, 2003.
120. Коляян Д.Л. Ухаживание как тип коммуникативного поведения. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2006.
121. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. – М., 2006.
122. Коморова Д.Ф. Прагмалингвистические особенности пожелания в русском и немецком языках. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Томск, 2005.
123. Компанцева Л.Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты. – Луганск: Знание, 2007. – 444 с.

124. Кондратенко Н.В. Новогоднее обращение как ритуальный жанр политического дискурса // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: Труды международной конференции «Диалог 2007» (Бекасово, 30 мая – 3 июня 2007 г.). – М.: Изд-во РГГУ, 2007. – С. 302–307.
125. Кормилицына М.А. Риторическая организация речи (адресованность речи) // Хорошая речь. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – С. 211–221.
126. Коробова А.Г. Современная теория музыкальных жанров и ее методологические аспекты // Музыковедение. – 2008. – № 4. – С. 1–7.
127. Косицкая Ф.Л. Речевой жанр как единица контрастивного анализа // Вестник ТГПУ. – 2006. – Вып. 4 (55). – Серия Гуманитарные науки (Филология). – С. 101–105.
128. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
129. Краткая русская грамматика / Под ред. Н.Н. Лопатина и Н.Ю. Шведовой. – М., 1989. – 639 с.
130. Краус И. К общим вопросам речевых стилей и жанрово-стилистических классификаций // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая реализация. – Пермь, 1986. – С. 42–49.
131. Крейдлин Г.Е., Кронгауз М.А. Семиотика, или азбука общения. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 240 с.
132. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / 2-е изд., доп. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2002. – 288 с.
133. Крлежа М. Поездка в Россию. 1925. – М., 2005.
134. Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. – М., 2009. – 232 с.
135. Крылова О.А., Со Ы.Е. Понятие жанра: принципы выделения и изучения жанров речи // Лингводидактический поиск на рубеже веков: юбилейный сборник. – М., 2000. – С. 97–112.
136. Кузнец М.Д., Скребнев Ю.М. Стилистика английского языка. – Л., 1960. – 176 с.
137. Кузьменкова Ю.Б. От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев и россиян. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2004. – 316 с.
138. Куликова Л.В. Особенности русско-немецкой коммуникации как отражение конфронтации национальных коммуникативных стилей // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 2. – С. 52–60.
139. Культура русской речи / Под ред. проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева. – М., 1999. – 560 с.
140. Кутузов Л. Практическая грамматика английского языка. – М., 1998. – 448 с.
141. Лазуткина К.М. Парламентские жанры // Культура парламентской речи. – М.: Наука, 1994. – С. 34–45.
142. Леонтович О. Введение в межкультурную коммуникацию. – М.: Гнозис, 2007. – 367 с.

143. Леонтович О.И. Русские и американцы. Парадоксы межкультурного общения. – Волгоград: Перемена, 2003. – 398 с.
144. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 686 с.
145. Лутовинова И.С. Слово о пище русских. – СПб., 1997.
146. Любавина А.Ю. Функционально-прагматические особенности агитационно-политического текста (на материале русского и французского языков). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2009. – 23 с.
147. Маслова В.В. Лингвокультурология. М., 2001. 208 с.
148. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. – Свердловск, 1990. – 172 с.
149. Медведев П.Н. (Бахтин М. М.) Формальный метод в литературоведении. Комментар. В.Л. Махлина. – М.: Лабиринт, 1993. – 207 с.
150. Медведева Д.И. Языковая реализация концепта «запрет» в общественных знаках. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Ижевск, 2008. – 22 с.
151. Медведева Т.С. Репрезентация концепта *Ordnung* в немецкой языковой картине мира // Вестник Удмуртского университета. Филологические науки. – 2007. – № 5 (2). – С. 105–114.
152. Москвин В.П. Выразительные средства современной русской речи: Тропы и фигуры. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 940 с.
153. Набоков В.В. Собрание сочинений: в 5-ти тт. – Т. 3. Пнин. Рассказы. Бледное пламя. Из интервью. – СПб.: Симпозиум, 1997. – 704 с.
154. Наер В.Л. К проблеме жанра в системе функционально-стилевой дифференциации языка // Стилистические аспекты устной и письменной коммуникации. Сб. Научи, трудов МГПИИЯ. – М., 1987. – Вып. 286. – С. 128–136.
155. Назайкинский Е.В. Стиль и жанр в музыке. – М., 2003. – 248 с.
156. Немчинова Н.В. Когнитивные и лингвокультурные особенности поздравления в массовой коммуникации // Мир науки, культуры и образования. – 2008. – № 1(8). – С. 67–70.
157. Низеева Д.Р. Фреймовый анализ речевого акта «поздравление» (на материале немецкого языка // Вестник Чувашского университета. – 2009. – № 1. – С. 257–260.
158. Никишина Е.А. Письмо в газету в эмиграции и в СССР в 20–30-е гг. XX века: письма-благодарности // Жанры речи. – Вып. 5. – Саратов, 2007.
159. Орлова Н.В. Жанры разговорной речи и их «стилистическая обработка»: к вопросу о соотношении стиля и жанра // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – Вып. 1. – С. 51–56.
160. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып. 17. – С. 22–129.
161. Покровская Е.А. Межкультурная коммуникация. Планы и тезисы лекций, контрольные задания и вопросы (для студентов 4-го курса отделения романно-германской филологии факультета филологии и журналистики РГУ). – Ростов н/Д, 2005. – 36 с.

162. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
163. Поспелов Г.Н. Теория литературы. – М.: Высшая школа, 1978. – 351 с.
164. Похлебкин В. Моя кухня и мое меню. М., 2004.
165. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Ваклер, 2001. – 651 с.
166. Привалова И.В. Речевые жанры сквозь призму культурных изменений // Жанры речи. – Вып. 5. – Саратов, 2007.
167. Приказ Минторга СССР «О введении сборника рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания» от 12 декабря 1980 года № 310 [Электронный ресурс].
168. Протопопова О.В. Эпистолярный жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. – М., 2003. – С. 627–631.
169. Пумпянский А.Л. Функциональный стиль научной и технической литературы // Вопросы языкознания. – 1977. – № 2. – С. 87–97.
170. Разновидности и жанры научной прозы: Лингвостилистические особенности. – М., 1989. – 181 с.
171. Рождественский Ю.В. Теория риторики. – М.: Добросвет, 1997. – 600 с.
172. Руднев В.В. Прочь от реальности: Исследования по философии текста П. – М.: Аграф, 2000. – 432 с.
173. Руссинова Т.В. Особенности функционирования запрета (на материале русского и английского языков). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Новосибирск, 2005.
174. Рылов Ю. Аспекты языковой картины мира. Итальянский и русский языка. – М.: Гнозис, 2007. – 304 с.
175. Рытникова Я.Т. Семейная беседа как жанр повседневного речевого общения // Жанры речи: Сборник научных трудов. – Саратов, 1997. – С. 177–188.
176. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация. М.: Альфа-М; Инфра-М, 2004. – 288 с.
177. Сазонова Л.И. Жанры литературы средневековой Руси как историко-культурная реальность // Теория литературы: в 4-х тт. – М., 2003. – С. 141–155.
178. Салимовский В.А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении. – Пермь: Пермский университет, 2002. – 235 с.
179. Салимовский В.А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (русский научный академический текст). Автореф. дисс... докт. филол. наук. – Екатеринбург, 2002. – 45 с.
180. Салимовский В.А. К экспликации понятия жанрового стиля (проблема стилистико-речевой системности в отношении к речевым жанрам) // Стереотипность и творчество в тексте. – Пермь, 2000. – С. 133–141.
181. Салимовский В.А. Речевые жанры эмпирического текста // Текст: стереотип и творчество. – Пермь, 1998. – С. 50–74.

182. Салимовский В.А. Функционально-стилистическая традиция изучения жанров речи // *Жанры речи: Сборник науч. ст. – Вып. 2.* – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – С. 61–75.
183. Седов К.Ф. Жанровое мышление языковой личности (о риторике бытового общения) // *Речевое общение (Теоретические и прикладные аспекты речевого общения).* – 2000. – № 10. – С. 38–43.
184. Седов К.Ф. Языковая личность в аспекте психолингвистической конфликтологии // *Труды международного семинара Диалог'2002 «Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии».* – Т. 1. Теоретические проблемы. – М.: Наука, 2002 // <http://www.dialog-21.ru/materials/archive.asp?id=7379&y=2002&vol=6077>.
185. Седов К.Ф. Дискурс и личность. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.
186. Седов К.Ф. Жанр и коммуникативная компетенция // *Хорошая речь.* – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – С. 107–118.
187. Седов К.Ф. Психолингвистические особенности изучения речевых жанров // *Жанры речи.* – Саратов, 2002. – Вып. 3. – С. 40–52.
188. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов // *Новое в зарубежной лингвистике.* Вып. 17. Теория речевых актов. – М., 1986. – С. 170–195.
189. Сибирякова И.Г. Тема и жанр в разговорной речи // *Жанры речи.* – Саратов, 1997. – С. 56–66.
190. Сиротинина О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // *Жанры речи: Сборник науч. ст.* – Саратов: Колледж, 1999. – Вып. 2. – С. 26–31.
191. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // *Риторика – Лингвистика.* – Вып. 5. – Смоленск: СПУ, 2004. – С. 5–12.
192. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. – Волгоград, 2004. – 340 с.
193. Слышкин Г.Г. Речевой жанр: перспективы концептологического анализа // *Жанры речи.* – Вып. 4. Саратов, 2005.
194. Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика: Сложное синтаксическое целое. – М.: Наука, 1973. – 262 с.
195. Сологуб О.П. Текстовые нормы в деловой письменной коммуникации (на материале исковых заявлений) // *Функциональный анализ значимых единиц языка: Межвузовский сборник научных статей / Отв. ред. С.П. Петрунина.* – Новокузнецк: РИО КузГПА. – 2007. – Вып. 2. – С. 157–162.
196. Сорокин В. Кушать подано! // <http://www.snob.ru/profile/blog/5295/3245>. Проверено 08.06.2009.
197. Сорокин Ю.А. Лакуны как сигналы специфики лингвокультурной общности // *Национально-культурная специфика речевого общения народов СССР.* – М., 1982. – С. 2–28.
198. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М., 1997. – 824 с.

199. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. – М.: Аспект-пресс, 2007. – 368 с.
200. Стилистика и литературное редактирование / Под ред. проф. Максимова В.И. – М., 2004.
201. Стрельникова М.А. Национальные особенности речевого жанра телеинтервью в российской и американской коммуникативных культурах. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2005.
202. Ступин Л.П. Письма по-английски на все случаи жизни: Справочное пособие для изучающих английский язык. – СПб.: Просвещение, 1997. – 207 с.
203. Сухотерина Т.П. «Поздравление» как гипержанр естественной письменной русской речи. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2007. – 18 с.
204. Тарасенко Т.В. Этикетные жанры русской речи: благодарность, извинение, поздравление, соболезнование. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Красноярск, 1999. – 18 с.
205. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты. – М., 1996. – 288 с.
206. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000. – 624 с.
207. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур, – М.: Слово, 2008. – 344 с.
208. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М., Аспект-пресс, 2000. 312 с.
209. Толстая С.М. Стереотипы в этнолингвистике // Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии. – М., 1995. – С. 124–127.
210. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению. – М., Высшая школа, 1988. – 239 с.
211. Томашевский Б. В. Стилистика и стихосложение. – Л., 1959.
212. Трошина Н.Н. Коммуникативная стратегия и стилистическая структура текста // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М., 1989. – С. 134–150.
213. Тумина Л.Е. Основы обучения студентов-филологов устным профессионально значимым речевым жанрам повествовательного характера: Автореф. дисс... докт. пед. наук. – М., 1998. – 38 с.
214. Тырыгина В.А. К интегративной концепции жанра // Вестник Самарского государственного университета. – 2005. – № 3. – С. 116–126.
215. Уорф Б.Л. Отношение норм поведения и мышления к языку // Новое в лингвистике. – Вып. I. – М., 1968. – С. 135–198.
216. Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 67–88.
217. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. – 1997. – №5. – С. 102–120.
218. Федосюк М.Ю. Стиль «ссоры» // Русская речь. – 1993. – № 5. – С. 14–19.
219. Фенина В.В. Речевые жанры small talk и светская беседа в англо-

- американской и русской культурах. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2005.
220. Филиппов А.В., Романова Н.Н. Публичная речь в понятиях и упражнениях. – М.: Академия», 2002. – 136 с.
221. Формановская Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. – М.: Институт русского языка РАН, 1998. – 292 с.
222. Формановская Н.И. О коммуникативно-семантических группах и интенциональной семантике их единиц высказывания // Языковое общение и его единицы. – Калинин, 1986. – С. 18–27.
223. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспект. – М.: Русский язык, 1982а. – 126 с.
224. Формановская Н.И. Употребление русского речевого этикета. – М.: Русский язык, 1982. – 193 с.
225. Формановская Н.И., Шевцова С.В. Речевой этикет. Русско-английские соответствия: Справочник. – М.: Высшая школа, 1990. – 95 с.
226. Хализев В.Е. Теория литературы. – М.: Высшая школа, 2002. – 437 с.
227. Холопова В.Н. Формы музыкальных произведений: Учебное пособие. – СПб., 1999. – 490 с.
228. Храковский В.С., Володин А.П. Семантика и типология императива. Русский императив. – Л., 1986. – 272 с.
229. Хэнкс В.Ф. Диалог как средство обращения в христианство и миссионерский дискурс в колониальном Юкатане // Жанры речи. – Вып. 5. – Саратов, 2007.
230. Царикович Н.В. Социопрагматика текста брачного объявления (сравнительно-сопоставительный анализ русских и немецких текстов брачных рекламных объявлений). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Пятигорск, 2007.
231. Четвертков Н.В. Виды материалов в газете. – Пенза: ПГПУ, 2006. – 239 с.
232. Чудинов А.П., Чудинова И.С. О классификации риторических жанров // Функционирование языка в различных языковых жанрах. – Ростов н/Д, 1997.
233. Шаталова С.В. «Большие формы» эпидейктических высказываний // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 143–146.
234. Шаталова С.В. Эпидейктические жанры речи. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Ярославль, 2009. – 23 с.
235. Шепель Е. Нет банальности! Самые оригинальные меню в краснодарских ресторанах и кафе // <http://otdih.nakubani.ru/news/show/?newsid=9250>. Проверено 08.06.2009.
236. Шипицина Г.М., Свистальникова С.А. Использование микрожанров народной речи в региональной оппозиционной газете // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 252–256.

237. Шипицина Г.М., Свистальникова С.А. Использование микрожанров народной речи в региональной оппозиционной газете // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 240–251.
238. Шмелев А.Д. Русский язык и внеязыковая действительность. – М., 2002. – 492 с.
239. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот как текст и как речевой жанр // Русский язык в научном освещении. – 2002. – № 2–4. – С. 194–209.
240. Шмелева Т.В. Жанроведение? Генристика? Генология? // Речевое общение (Теоретические и прикладные аспекты речевого общения). Специализированный вестник. – Красноярск, 2006. – № 8–9 (16–17). – С. 121–127.
241. Шмелева Т.В. Речевой жанр: возможности описания и использования в преподавании языка // Русистика. 1990, №2. С. 20–32.
242. Шмелева Т.В. Речевой жанр: опыт общепилологического осмысления // Collegium. – Киев, 1995. – № 1–2. – С. 20–32.
243. Шмелева Т.В. Речевые жанры // Культура русской речи. Энциклопедический словарь-справочник. Проспект. – Красноярск: Изд-во КГУ, 1991. – С. 89–91.
244. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов, 1997.
245. Шорина Л.В. Публичный директив и его место в системе речевых актов (на материале американского варианта английского языка и русского языка). Автореф. ... дисс. канд. филол. наук. – СПб., 2007. – 18 с.
246. Щурина Ю.В. Речевой жанр и грамматика // Российский лингвистический ежегодник. – 2000. – № 2. – С. 41–46.
247. Экк В., Дреннан С. Деловая переписка на английском. – М.: Астрель, АСТ, 2007. – 127 с.
248. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: “за” и “против”. – М., 1975.
249. Ярцева В.Н. Контрастивная грамматика. – М., 1981.
250. Applied Cultural Linguistics. Implications for second language learning and intercultural communication. – Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007.
251. Bakhtin, M. Speech genres and other late essays / E. Emerson & M. Holquist (Eds.). Austin. – TX: University of Texas Press, 1986.
252. Berkenkotter C., Huckin T. N. Genre knowledge in disciplinary communication: Cognition. Culture. Power. Hillsdale. – N.J.: Erlbaum, 1995.
253. Biber D., A typology of English texts // Linguistics. – № 27. – P. 3–43.
254. Breure L., Development of the Genre Concept. Б. м., 2001.
255. Clark K., Holquist M., Mikhail Bakhtin. – Cambridge, Harvard University Press, 1984.
256. Fairclough, N. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. – Routledge, 2003.
257. Holquist, M. Dialogism. Bakhtin and his World. – L. & NY, Routledge, 1991.
258. Mey J.L. Pragmatics: An introduction. – Oxf.: Blackwell, 1993.

259. Solomon O. Casting the future: Discourse and temporality in Russian Toast Performance // Crossroads of Language, Interaction and Culture. – 1999. – № 1. – P. 3–23.
260. Swales J. Genre Analysis: English in academic and research settings. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
261. Wellek, R. Mikhail Bakhtin // A History of Modern Criticism, VII. – N. Haven: Yale University Press, 1991.

СЛОВАРИ

1. Александрова З.А. Словарь синонимов русского языка. – М.: Дрофа, 2008.
2. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 2005.
3. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Оникс; Мир и образование, 2007. – 1200 с.
4. Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; под ред. А.П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.
5. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова: в 4-х тт. – М., 1935–1940.
6. Collins COBUILD Advanced Learner's English Dictionary. – Harper Collins, 2006. – 1768 p.
7. Longman Dictionary of Contemporary English. – Pearson, 2007. – 1950 p.
8. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary. 11th ed. – Merriam-Webster, 2007.
9. Pocket Oxford Dictionary. – Oxf. University Press, 2003. – 759 p.
10. Random House Webster's Compact Unabridged Dictionary. – Random House, 2000. – 789 p.

ИСТОЧНИКИ МАТЕРИАЛА

Письма

1. Азарова О. «Я вам пишу...» Деловые и личные письма. – Ростов н/Д: Феникс, 2004.
2. Ступин Л.П. Письма по-английски на все случаи жизни: Справочное пособие для изучающих английский язык. – СПб.: Просвещение, 1997. – 207 с.
3. Экк В., Дреннан С. Деловая переписка на английском. – М.: Астрель, АСТ, 2007. – 127 с.
4. Evans V. Successful Writing Intermediate. – Express Publishing, 2008.
5. Post E. Etiquette in Society, in Business, in Politics and at Home. – NY:

- Bibliobazaar, 2008. – 676 p.
6. Михалкина И.В. Как писать поздравления // Справочник секретаря и офис-менеджера. – 2005. – № 4.
 7. Михалкина И.В. Как писать официальные поздравления // PRO-Секретариат. – 2004. – № 12.
 8. Михалкина И.В. Поздравления по случаю профессиональных праздников // Справочник секретаря и офис-менеджера. – 2009. – № 8.
 9. Чупикова О.В. Поздравления с Рождеством и Новым годом // Справочник секретаря и офис-менеджера. – 2007. – № 11.
 10. Самуэльян Н. А. Настольная книга секретаря-референта. – М., 2000.
 11. Профессиональные шаблоны деловых писем // <http://www.delopis.ru/pozdravitelnye-pisma/> [Проверено 18.09.2010].
 12. Business Letter Sample.net // <http://www.businesslettersample.net/> [Проверено 18.09.2010].
 13. Sample Letter Templates // <http://www.writinghelp-central.com/> [Проверено 18.09.2010].
 14. How-to Guides: Working with the President // <https://devar.washington.edu/> [Проверено 18.09.2010].
 15. Letter samples // <http://www.letter-samples.com/> [Проверено 18.09.2010].
 16. Free Sample Letters // http://www.jobbankusa.com/free_sample_letters.html [Проверено 18.09.2010].

Смс-поздравления

1. Congratulation SMS // <http://www.dumb.com/sms/congratulation-sms-text-message/> [Проверено 18.09.2010].
2. Congratulation Sayings // <http://www.allbestmessages.com/blog/category/congratulations-sms> [Проверено 18.09.2010].
3. English SMS // <http://www.efunwords.com/category/english-sms/> [Проверено 18.09.2010].
4. All SMS messages // <http://www.allsmsmessages.com> [Проверено 18.09.2010].
5. Поздравительные смс // <http://yousms.ru/pozdravleni.htm> [Проверено 18.09.2010].

Художественная литература

1. Аверченко А. Битва в киселе. – М.: Правда, 1990. – 224 с.
2. Булгаков М.А. Полное собрание романов, повестей, рассказов в одном томе. – М.: Альфа-книга, 2004. – 1248 с.
3. Веллер М. Разбиватель сердец. – Харьков: Фолио, 2006. – 384 с.
4. Довлатов С. Избранное. – СПб.: Азбука. – 704 с.

5. Домбровский Ю. Факультет ненужных вещей. – СПб.: Азбука. – 544 с.
6. Зощенко М. Малое собрание сочинений. – СПб.: Азбука, 2010. – 896 с.
7. Пелевин В.О. Generation P. Повести. Рассказы. – М.: Эксмо, 2010. – 608 с.
8. Улицкая Л.Е. Первые и последние: Рассказы. – М.: Эксмо-пресс, 2007. – 320 с.
9. Чехов А.П. Избранное: Чайка. Три сестры. Вишневый сад: пьесы. Повести и рассказы. – М., 2008. – 704 с.
10. Bach R. Jonathan Livingston Seagull. – HarperCollins Publishers, 1994. – 96 p.
11. Brown D. Angels & Demons. – Pocket, 2009. – 736 p.
12. Fitzgerald F.S. The Beautiful and the Damned. – Digireads.com, 2008. – 228 p.
13. James H. Novels. – Новосибирск: Сибирское университет. изд-во, 2007. – 288 с.
14. Steinbeck J. Of Mice and Men. – М., Радуга, 2003. – 176 с.
15. Updike J. H. My Father's Tears and Other Stories. – Penguin Books Ltd., 2010. – 304 p.
16. Vonnegut K. Breakfast of Champions. – Random House, 2007. – 296 p.

Русские рестораны

1. Кафе «Есенин» <http://www.esenincafe.ru/>
2. Сеть кофеен «Пить кофе» <http://www.pitcofe.ru/>
3. Ресторан «Туннель»
http://menu.ru/transformer/action_pv/id_209689/aid_15213.html#abonent
4. Ресторан «В темноте» <http://www.v-temnote.ru/>
5. Ресторан «Экспедиция»
http://menu.ru/transformer/action_pv/id_2275/aid_15007.html#abonent
6. Ресторан «Запасник. Art-garbage»
http://menu.ru/transformer/action_pv/id_251/aid_12289.html#abonent
7. Ресторан «Служебный вход»
<http://www.gastronom.ru/resto.aspx?id=3430>
8. Ресторан «Советский» <http://www.sovetski.by/>
9. Ресторан «Березка»
http://menu.ru/transformer/action_pv/id_374018/aid_63877.html#abonent
10. Ресторан «Главпивтрест» <http://glavpivtrest.ru/>
11. Ресторан «Джентльмены удачи» <http://www.gentelmeniudachi.ru/>

Американские рестораны

1. Cha cha cha <http://theoriginalchachacha.com/menu.html>
2. Cafe des Artistes <http://www.cafedesartistes.info/home.htm>
3. The Four Seasons <http://www.FourSeasonsRestaurant.com>
4. Balthazar <http://www.balthazarny.com/>
5. La Grenouille <http://www.la-grenouille.com>

Французские рестораны

1. Les Fougères <http://www.restaurant-les-fougères.com/>
2. Le Louchebém <http://www.le-louchebem.fr/>
3. Le Marquis <http://www.le-marquis-restaurant.com/>
4. Baxo <http://www.baxo.fr/>
5. Le Ciel de Paris <http://www.cieldeparis.com/carte.html>
6. Les Fils à Maman <http://www.lesfilsamaman.com/>
7. Taillevent <http://www.taillevent.com/>

Научное издание

Покровская Е. А., Дудкина Н. В., Кудинова Е. В.

**РЕЧЕВОЙ ЖАНР
В ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР**

Сдано в набор 18.04.11. Подписано в печать 25.04.11.
Формат 60х84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Minion Pro.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 11.67.
Тираж 100 экз. Заказ № 36/11.



Подготовлено и отпечатано DSM.
ИП Лункина Н.В. Св-во № 002418081.
г. Ростов-на-Дону, ул. Седова, 9, тел. 263-57-66
E-mail: dsmgroup@mail.ru