

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

СОВРЕМЕННАЯ ДРАМАТУРГИЧЕСКАЯ РЕЧЬ КАК ПОЛЕ РЕАЛИЗАЦИИ ОДНОЙ ИЗ РАЗНОВИДНОСТЕЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

И. П. Зайцева

Витебский государственный университет имени П. М. Машерова
(Витебск, Республика Беларусь)

В возникшем в начале 90-х годов XX столетия и динамично развивающемся сегодня межуровневом лингвистическом направлении «коммуникативная стилистика» уже к началу XXI-го столетия вполне отчётливо оформились несколько ответвлений, каждое из которых, по выражению Н.С. Болотновой, «было и остаётся ориентированным на изучение эффективности диалога автора и адресата через текст»: теория регулятивности, сформировавшаяся на стыке с лингвистической прагматикой; теория текстовых ассоциаций — с психолингвистикой, теория смыслового развёртывания текста — с филологической герменевтикой [2, с. 32]. В обзоре Н. С. Болотновой, подводящем итоги развития коммуникативной стилистики текста за четверть века (включая 2018 год), справедливо отмечено, что общим для всех перечисленных ответвлений приоритетен «системно-деятельностный подход к тексту как форме коммуникации и явлению идиостиля языковой личности, «стоящей» за текстом», а также то, что основным объектом для первых двух десятилетий существования коммуникативной стилистики как отдельного научного направления явился **художественный текст** [2, с. 32].

Безусловно соглашаясь с положениями, высказанными одним из основателей коммуникативной стилистики текста, отметим, что произведения различной родо-литературной и жанрово-стилистической принадлежности при этом оказались «охвачены» (да, впрочем, и остаются) исследовательским вниманием явно неравномерно: наиболее часто объектом рассмотрения являются произведения, принадлежащие к лирическому роду литературы (исследование как отдельных поэтических текстов, так и их циклов, а

также авторских дискурсов в целом). В некоторых случаях (гораздо реже) объектом исследования становятся прозаические произведения (как, например, в кандидатской диссертации Е. А. Баклановой [1]); драматургические же произведения, как ранее, так и теперь, практически остаются вне исследовательского внимания представителей данного направления. Между тем, с нашей точки зрения, приоритетной интерпретации с коммуникативно-стилистических позиций заслуживает именно драматургический текст — прежде всего потому, что он отчётливо коммуникативен по своей природе. Именно для драматургии одним из конструктивных признаков была изначально и остаётся таковым в настоящее время *диалоговая форма*, несмотря на существенную трансформацию драматургического литературного рода в последние несколько десятилетий (что отразилось в появлении в конце XX-го драмы «новой волны», несколько позже — «новейшей драмы», иногда определяемой как драматургия «новой-новой волны»).

И поскольку драматургические персонажи воплощают себя прежде всего в речи (как диалогической, так и монологической), рассмотрение их речевых проявлений с учётом достижений как коммуникативной стилистики, так и коммуникативной лингвистики в целом представляется при исследовании драматургических дискурсов одним из наиболее актуальных аспектов. При этом необходимо принимать во внимание, что современная драматургическая речь (о чём практически единодушно заявляют все исследователи) наиболее приближена к живой разговорной речи (к тому, как говорят «в жизни»), вобрав в себя как позитивные особенности этого коммуникативно-речевого пласта (например, свойственную ему в большей степени, чем иным речевым регистрам, непринуждённость и образность), так и явления, однозначно оцениваемые как негативные (как, в частности, вульгаризация, проявляющаяся в активном наполнении речи грубо-просторечной и иной сниженной лексикой и фразеологией, и т. п.). К тому же, безусловно, при сосредоточенности на коммуникативно-стилистическом аспекте исследования современной драматургии необходимо учитывать существующие в произведениях этого литературного рода возможности для выражения авторской позиции, которые, как известно, в данном случае сведены к минимуму: автор пьесы может относительно прямо проявить себя лишь в ремарках и

некоторых других, так называемых рамочных, элементах драматургического текста (перечень действующих лиц и т. д.).

В связи со всем сказанным целесообразно, как нам представляется, в первую очередь обратиться к анализу *коммуникативной стратегии самопрезентации*, которую персонажами современных пьес (по воле автора) довольно активно реализуют в художественно воссоздаваемых в драматургических произведениях ситуациях общения.

С позиций психологии самопрезентация трактуется как процесс представления себя в отношении социально и культурно принятых способов действия и поведения, который основывается на использовании определённых стратегий, ориентированных именно на то, чтобы формировать у других определённое мнение о себе [6]. При этом в современной психологии выявление стратегий самопрезентации, под которыми понимается «совокупность поведенческих актов личности, разделённых во времени и пространстве, направленных на создание определённого образа в глазах окружающих», видится как одна из центральных задач [8, с. 227]. Одна из первых классификаций стратегий самопрезентации, которая была создана в 1982 году Э. Джонсом и Т. Питтманом, включает пять стратегий: *инграция* (цель — казаться привлекательным); *самопродвижение* (демонстрация компетентности); *примерность* (цель — казаться морально безупречным); *запугивание* (демонстрация силы); *самоуничтожение* (демонстрация слабости с целью получения помощи) [10]. Стратегия самопрезентации, как и любая другая стратегия, реализуется с помощью определённого набора тактик — конкретных приёмов, применяя которые в процессе общения, презентующая себя личность стремится сформировать у окружающих свой желаемый образ. В настоящее время подобные приёмы активно изучаются и разрабатываются в имиджологии — науке, исследующей вопросы, связанные с изменением и созданием имиджа как комплексного инструмента, позволяющего сделать коммуникационную практику более эффективной (именно бурным развитием в последние десятилетия этой отрасли обусловлено в том числе появление в конце XX века новой профессии имиджмейкер, ставшей сегодня уже вполне привычной).

Коммуникативно-речевые, или речевые, стратегии, к числу которых принадлежит и применяемая в речевом взаимодействии

стратегия самопрезентации, бесспорно, базируются как на стратегиях, выявленных при психологическом осмыслении поведения личности, так и на стратегиях, активно используемых при построении имиджа; более того — по справедливому замечанию ряда как отечественных, так и зарубежных исследователей (например, П. С. Гуревича [3]; Venoit [9] и др.), базой для реализации и тех, и других служат именно разного рода лингвистические средства. С учётом многогранности структуры процесса речевой коммуникации и его осложнённости множеством экстралингвистических факторов естественным видится существование сегодня множества определений не только речевой (коммуникативной) стратегии, но также и речевой (коммуникативной) тактики.

Обобщив эти определения, А. П. Сковородников предлагает следующую дефиницию интересующего нас феномена: «Речевая (коммуникативная) стратегия — это общий план, или общая линия речевого поведения, определяемые коммуникативной целью (целями) говорящего / пишущего на основе осознания коммуникативной ситуации, под которой понимается совокупность факторов, влияющих на ход коммуникации (время и место коммуникации, интенции участников коммуникации, их профессиональные, возрастные и гендерные характеристики, социальные статусы и роли, особенности характера, тип межличностных отношений, эмоциональное состояние и другие факторы)» [5, с. 229].

При рассмотрении драматургического произведения чрезвычайно существенным среди «других факторов» видится принадлежность исследуемого объекта к фактам словесно-художественного искусства, где язык используется в особом — *эстетически осложнённом* — виде. Это предопределяет для нас необходимость учёта при анализе такого рода дискурсов постоянного авторского «контроль» за речевым поведением персонажа, всеми его коммуникативно-речевыми действиями, чем обуславливается и выбор драматургом той или иной речевой стратегии, опираясь на которую, действующее лицо пьесы будет себя презентовать. Таким образом, анализ коммуникативно-речевых стратегий, носителями которых являются драматургические персонажи, должен быть как минимум «двухступенчатым»: 1) рассмотрение персонажа пьесы в качестве коммуниканта, участвующего в коммуникативном взаимодействии, смоделированном в драматургическом

дискурсе; 2) анализ этого же персонажа как выразителя своими коммуникативно-речевыми действиями авторской позиции — в плане не только оценки драматургом именно этого персонажа, но и отношения к изображаемому в пьесе в целом.

Персонажа, который использует в коммуникативно-речевом взаимодействии стратегию самопрезентации, современные драматурги, по нашим наблюдениям, нередко помещают в нестандартную, часто — экстремальную, очевидно конфликтную, ситуацию. Это представляется абсолютно закономерным: конфликтность самого различного характера лежит в основе драматургии как синкретичного (словесно-сценического) искусства. Воссозданный в пьесе конфликт может быть внешнего характера — о нём читатель узнаёт не только из собственно диалога, но и из сопровождающих драматургический диалог ремарок (заметим, что в этом случае читатель как адресат находится в более выигрышной позиции нежели адресат-зритель, у которого во время просмотра спектакля нет возможности принимать во внимание ремарочный пласт пьесы — во всяком случае, в его традиционной представленности). В экстремальной ситуации подобного характера (естественно — с «подачи» автора) оказывается один из персонажей пьесы С. Денисовой «Пыльный день» — Влад Хрусталёв (примечательно, что при представлении этого персонажа в перечне действующих лиц автор указывает лишь его возраст, давая возможность адресату в процессе знакомства с произведением самому составить мнение о его личности, в том числе и языковой):

«Влад оглядывается. В его машине открыты двери. Какой-то мужик роется в салоне.

Влад (кричит). А ну стоять б...! Стоять, сука!

(Бежит к машине.)

Светофор меняет цвет. Мужик с сумкой Влада садится в машину рядом и уезжает. Влад бегом возвращается к милиционеру.

Ты видел?

Милиционер. Да видел...

Влад. Так, а чё ж ты стоишь... Он стоит, а я бегаю. Чё ты стоишь? Пи... квак ушастый! Знаешь, сколько там денег было? Ты за всю жизнь столько не отработаешь? **Да я с тобой сейчас поеду, тебя за ногу к батарее привяжут, и будешь отрабатывать по двести баксов за палку. И мне плевать на то, что ты в погонах.**

Да ты знаешь, кто я? Урла ты, б..., рязанская. Ты думаешь, я тебе буду рассказывать, как морковку сажать, я тебя ща самого, б..., посажу!» (выделено мною. — И. З.) [4, с. 80].

В данном случае характер стратегии самопрезентации персонажа устанавливается достаточно легко: это стратегия *запугивания* собеседника, в ходе реализации которой демонстрируются собственные широкие возможности для наказания милиционера, проявившего, по мнению Хрусталёва, нерасторопность, из-за чего он оказался в довольно неприятной ситуации (обворованным). Используемые для этого лингвистические средства позволяют использовать выбранную стратегию весьма успешно (в данном случае она, на наш взгляд, мастерски подана автором как в значительной мере «продиктованная» Хрусталёву подсознанием). Это достигается, во-первых, с помощью системы обращённых к собеседнику вопросов (в небольшой диалогической реплике их четыре), которые приобретают в контексте элементы риторичности и кроме того взаимодействуют с двумя восклицательными конструкциями; экспрессия повышается также и за счёт отнесённости практически всех использованных синтаксических конструкций к сугубо разговорным. Во-вторых, необходимо обратить внимание на активное использование Хрусталёвым стилистически сниженных лексических средств: большинство из них принадлежит к грубо просторечным, а часть — к откровенно бранным. При помощи этих слов, явно адресуемых милиционеру как оскорбления, заложенная в высказывании Хрусталёва агрессия образно конкретизируется, в результате чего напряжённость драматургического действия безусловно становится более выраженной. Одновременно автор косвенно характеризует персонажа: опираясь на произносимое Хрусталёвым, крайне сложно представить, что они звучат из уст человека, род занятий которого предполагает умение себя вести сдержанно и воспитанно в любых ситуациях: по ходу знакомства с пьесой выяснится, что Хрусталёв достаточно известный ведущий телепередачи садово-огородной тематики.

Стратегия самопрезентации аналогичного характера, хотя и в несколько модифицированном виде, используется и одним из персонажей пьесы Е. Черлака «Ипотека и Вера, мать её» — Аликом (в списке действующих лиц он представлен автором не без иронии:

«хозяин киоска, возраст и национальность идентификации не поддаются») — в разговоре со следователем прокуратуры:

«**Ярослав Игоревич** (*убирая протоколы в папку*). А это, уважаемый, не играет решающей роли. Факт правонарушения налицо, следственные действия должны быть проведены в полном объёме...

Алик (*начинает расплываться*). Какие действия, какие действия, а?.. **Знаю я ваши действия! Вам, прокурорским, лишь бы кого-нибудь на бабки раскрутить! Не получится! Я все права знаю... А может, ты к ней едешь, а?**

(*жест в сторону Веры*)

Протокол-мотокол, подпись-модпись, а сам... А?» (выделено мною. — И. З.) [7, с. 53].

В данном случае также реализуется стратегия запугивания собеседника, однако с меньшей степенью агрессивности и без столь явных оскорблений адресата, как это наблюдалось в предыдущем фрагменте: возможно, Алика всё же сдерживает то, что общается он с представителем прокуратуры. Это закономерно находит отражение и в лингвистическом оформлении, прежде всего — в характере используемых лексических средств, среди которых немало просторечных слов и выражений (*на бабки раскрутить, протокол-мотокол* и др.), однако явно бранные отсутствуют. Анализируя синтаксический рисунок обеих реплик, нельзя не обратить внимание на значительное их сходство: эти фрагменты практически полностью состоят из вопросов, обращённых к конкретным лицам, в то же время приобретающих в обоих коммуникативных контекстах оттенки риторичности, и фраз с восклицательной окраской. Так, в реплике Алика из **8-ми** составляющих её предложений **3** принадлежат к вопросительным конструкциям и **3** — к восклицательным (в приводимой ранее реплике Хрусталёва из **11-ти** составляющих её предложений **4** являются вопросительными конструкциями и **2** — восклицательными).

Проведённый анализ (безусловно — лишь фрагментарный, требующий подтверждения более обширным корпусом примеров) позволяет предположить, что при лингвистическом оформлении запугивания собеседника как одной из разновидностей стратегии самопрезентации современные драматурги прибегают к аналогичному набору языковых конструкций, что обуславливает явное

сходство композиционно-синтаксического структурирования реплик персонажей, эти стратегии реализующих.

Лексико-семантический уровень анализируемых реплик при некотором сходстве (в данном случае — это установка на использование преимущественно стилистически сниженной лексики) обнаруживает куда бóльшие отличия, обусловленные, как представляется, прежде всего различиями в статусах коммуникантов, в отношении которых стратегия реализуется. Именно в связи с этим лингвистическое оформление агрессивности у Хрусталёва и Алика оказывается различным, хотя «градус» же этого чувства, испытываемого ими обоими по отношению к собеседникам, практически идентичен. Хрусталёв, набросившийся на милиционера, которого он считает значительно ниже себя по всем социальным параметрам, действует что называется «без тормозов», всячески унижая и оскорбляя собеседника; Алику же приходится удерживаться от прямых оскорблений и угроз, осознавая, что он имеет дело с представителем правоохранительных органов, который при желании вполне может доставить ему немало неприятностей.

В настоящей публикации нами намечен лишь один из подходов к рассмотрению современных драматургических персонажей как коммуникантов, действующих в контексте общения, воссозданного в словесно-художественном дискурсе. Учитывая необыкновенное разнообразие художественно воплощаемых в пьесах ситуаций коммуникативного взаимодействия, а также приоритетные параметры драматургии как рода литературы, справедливо предположить, что практически все существующие коммуникативно-речевые стратегии в той или иной степени находят в них своё отражение.

Исследование способов и средств их лингвистического оформления (и, соответственно, лингвостилистического, композиционно-эстетического и иного, связанного с языковым воплощением, характера) является, с нашей точки зрения, не только одним из наиболее перспективных аспектов филологического и междисциплинарного осмысления словесно-художественных драматургических дискурсов, но и исследовательски плодотворным направлением рассмотрения ключевых проблем коммуникативной стилистики в целом.

Литература

1. Бакланова Е. А. Слово и имплицитный смысл в ранних рассказах В. В. Набокова (на материале сборника рассказов «Возвращение Чорба»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2006. — 30 с.
2. Болотнова Н. С. Тенденции и основные этапы развития коммуникативной стилистики текста (к 25-летию научного направления) // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2018. 4 (193). — С. 32–40.
3. Гуревич П.С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М.: Искусство, 1991. — 221 с.
4. Денисова С. Пыльный день // Современная драматургия. 2011. № 2. — С. 80–95.
5. Сковородников А. П. Коммуникативные стратегии и тактики // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник [Электронный ресурс] / под ред. А. П. Сковородникова. Члены редколлегии: Г. А. Копнина, Л. В. Куликова, О. В. Фельде, Б. Я. Шарифуллин, М. А. Южанникова. 2-е изд., перераб. и доп. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2014. — С. 229–230.
6. Толковый словарь по психологии. 2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://psychology_dictionary.academic.ru/ (дата доступа: 29.01.201).
7. Черлак Е. Ипотека и Вера, мать её // Современная драматургия. 2011. № 2. — С. 46–58.
8. Шкуратова И. П. Самопрезентация // Психология общения. Энциклопедический словарь. Под общей редакцией А.А. Бодалёва. М.: Когито-Центр. 2011. — С. 227–228.
9. Benoit W. L. Hugh grant's image restoration discourse: An actor apologizes // Communication Quarterly. 1997. 45(3). — P. 251–267.
10. Jones E. E., Pittman T.S. Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological Perspectives on the Self. V. 1. Hillsdale. N. Y.: Lawrence Erlbaum, 1982. — P. 231–262.

ПОЭТИКА ЧУДЕСНОГО В ЯЛТИНСКОМ ТЕКСТЕ РУССКИХ ПОЭТОВ XX ВЕКА

Н. П. Иванова

N-P-Ivanova@yandex.ru

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»
(Симферополь)

С позиций дискурсивной поэтики, анализ художественного текста необходимо проводить, исследуя особенности как авторской интенции, так и читательской рецепции. Именно такой подход