

РЕЧЕВАЯ АКТУАЛИЗАЦИЯ ЭГОЦЕНТРИЧЕСКОЙ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ АВТОРА В ТЕКСТАХ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО ТИПА ТЕКСТА «ЗАЯВЛЕНИЕ О ПРИЕМЕ НА РАБОТУ»)

SPEECH ACTUALIZATION OF THE AUTHOR'S EGOCENTRIC PRAGMATIC PERSPECTIVE IN BUSINESS COMMUNICATION TEXTS (AS EXEMPLIFIED BY THE GERMAN-LANGUAGE TEXT TYPE "JOB APPLICATION")

E. Goncharova

Summary. The article analyzes the unity of speech signals of the author's egocentrism in the German-language text type "Job Application". This text type presupposes not only the necessary anthropocentric "agency" but also the highest degree of "subjectivity" of the utterance. Using the example of one text type, the authors identify specificities of expressing the author's egocentric pragmatic attitudes in business communication texts written in the 1st person in order to satisfy the speech subject's certain personal and social needs. Functional and distributional potential of the 1st person pronoun and its lexical and grammatical correlates for realizing the egocentric pragmatic perspective in the text integrity is characterized.

Keywords: anthropocentrism, egocentrism, agency of the utterance, subjectivity of the utterance, text type, pragmatic perspective, pragmatic focus, text formulating mode.

Гончарова Евгения Александровна

Д.филол.н., профессор, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена (Санкт-Петербург)
eagon@rambler.ru

Аннотация. В статье анализируется совокупность речевых сигналов авторского эгоцентризма в немецкоязычном типе текста «заявление о приеме на работу», предполагающего не только обязательную антропоцентрическую «субъектность», но и высшую степень «субъективности» высказывания. На примере единичного типа текста выявляются особенности выражения эгоцентрических прагматических установок автора в текстах деловой коммуникации, написанных от 1-го лица с целью удовлетворения определенных личных и социальных потребностей речевого субъекта. Характеризуется функциональный и дистрибутивный потенциал местоимения 1-го лица и его лексико-грамматических коррелятов для реализации эгоцентрической прагматической перспективы в текстовом целом.

Ключевые слова: антропоцентризм, эгоцентризм, субъектность высказывания, субъективность высказывания, тип текста, прагматическая перспектива, прагматический фокус, модус формулирования текста.

Каждый человек — это том, если вы только знаете, как читать его.

Уильям Эллери Чэннинг

Современное состояние лингвистики характеризуется наличием сформировавшихся в ней — под влиянием и эволюционно обусловленных тенденций, и традиции, уходящей своими корнями в античность, — определенных методологических принципов, служащих теоретическим основанием для абсолютного большинства исследований, проводимых в этой научно-гуманитарной области. Одним из главных принципов можно считать при этом изучение как языка в целом, так и его частных единиц и явлений с позиций антропоцен-

тризма, то есть их соотносительности с человеком, который «в момент и на момент речи», сопровождающей разные формы его индивидуальной и социальной деятельности, «присваивает» себе язык [5, с. 224].

Сказанное касается, в первую очередь, текста — ментально-языкового конструкта, представляющего собой целостное информативно-смысловое высказывание, которое является продуктом речевой деятельности активного субъекта, создаваемым с целью передачи (новой) информации другим субъектам в процессе коммуникации. Исходя из этого, можно утверждать, что понятие «антропоцентризм» по отношению к тексту предполагает **субъектность** (текстового) высказывания, т.е. его обязательную принадлежность некому субъекту,

осуществляющему с помощью создания текста определенный вид собственной деятельности и коммуникацию с другими субъектами.

В тех случаях, когда с помощью текста формулируется сугубо индивидуальная точка зрения его автора, сосредоточенного в момент речи на решении личных проблем (личных, социальных, профессиональных, политических и др.) и самораскрытии речевыми средствами своего «Я», антропоцентризм перерастает в **эгоцентризм**. Для интерпретации понятия «эгоцентризм» по отношению к языковым явлениям существенна первая часть его определения, даваемого обычно в толковых словарях, — «воззрение, ставящее в центр всего мироздания индивидуальное “я” человека» [4, с. 698]. Вторая компонента определения — эгоцентризм как «крайняя форма индивидуализма и эгоизма» [там же], имеет аксиологический, ценностно-оценочный характер и проявляет себя далеко не во всех видах речевых высказываний с субъектом «Я» как семантико-прагматическим ядром структуры.

Речевой эгоцентризм предполагает, наряду с субъектностью, **субъективность**, или **субъективный модус формулирования** (текстового) высказывания, иными словами, присутствие в семантике, синтактике и прагматике текста «точки/-ек зрения», связанной/-ых с «самосознанием» речевого субъекта и решением им индивидуальных проблем, выражаемой/-ых в структуре текста с помощью определенной совокупности (эгоцентрических) текстовых элементов. Как прагматический параметр текста эгоцентризм свидетельствует об экспликации автором индивидуально-личностных интенций и, как правило, собственной логической, этической и / или эмоционально-экспрессивной оценки содержащейся в тексте информации.

В прагматической перспективе актуализируемого текстом эгоцентрического субъекта ментально-речевой деятельности заложены две его коммуникативно-прагматических ипостаси: (1) субъект в «изображающей» функции и (2) субъект в функции (собственного) «изображения». Первая из них указывает на выполнение автором эгоцентрического текста речевой функции по общению читателю индивидуально-акцентированной информации о чем-то, входящем в пространство его внешнего и внутреннего мира. Проявлением функции «изображающего» речевого субъекта — автора эгоцентрического текста можно считать, далее, избираемый им «модус формулирования», или стиль, текста, а также композиционно-смысловую структуру текста как целостного высказывания. Но наряду с фактами, событиями, лицами, информация о которых прагматически ориентирована на личную точку зрения говорящего, в текстовом смысле подспудно присутствуют дополнительные сведения о «языковой личности» самого автора — источнике ин-

формации, который всем текстом вольно или невольно «изображает» себя и предъясвляет собственный речевой портрет (в первую очередь, с помощью эгоцентрических слов). В этой своей функциональной ипостаси автор текста является для читателя определенной «шарадой», которую тот разгадывает, собирая в единое целое отдельные части текста и наделяя их определенными коммуникативно-прагматическими смыслами.

При выявлении способов актуализации эгоцентрической прагматической перспективы в структуре текстов деловой коммуникации, к которым принадлежит взятый в настоящей статье в качестве примера тип текста «заявление о приеме на работу», нельзя забывать и то, что «Я» говорящего абсолютно во всех коммуникативно-речевых ситуациях не может существовать без проекции на другие «Я». Становясь субъектом деятельности, личность «встраивает» свой личный речевой опыт в социальный опыт, который она усваивает в меру своих речевых возможностей и способностей. Иными словами, речевая индивидуализация всегда происходит на фоне социального контекста, в котором каждая языковая личность имеет определенный социальный статус, то есть «соотносительное положение <...> в социальной системе, включающее права и обязанности и вытекающие отсюда взаимные ожидания поведения» [3, с. 5].

Так, в текстах деловой коммуникации — даже при персональном обозначении в их композиционно-речевой структуре автора высказывания — последний выступает, как правило, не только как частное лицо, решающее личные проблемы, но и как носитель типизированной социально-культурной роли (работодатель / претендент на определенную должность; руководитель / рядовой работник фирмы; вышестоящий / нижестоящий работник фирмы и др.), которая предписывает ему нормы, или социально устоявшиеся правила, речевого поведения и формулирования определенных видов текста.

Далее, при формулировании эгоцентрического текста в деловой коммуникации целевая установка его автора состоит, прежде всего, в том, чтобы адресат — как правило, конкретное лицо в случае немецкоязычного типа текста «заявление о приеме на работу» — понял его и помог ему решить жизненную и профессиональную проблему. Если автор не соблюдает при этом устоявшийся в общественном сознании некий стандарт речевого поведения, он оказывается в ситуации либо коммуникативной неудачи, либо даже коммуникативного конфликта, мешающего выполнению поставленной коммуникативно-прагматической цели. К формулированию заявления о приеме на работу в немецкой этнокультуре предъясвляется целый ряд подобных стандартных требований, поскольку оно принадлежит к документам, на основании которых принимается решение об удовлетворе-

нии профессиональных претензий человека, связанных с получением определенной должности. А эгоцентризм этого вида текста обусловлен его прагматикой (заявить о личных потребностях автора и быть одним из средств, способствующих их реализации), и семантикой — емко и, в то же время, кратко сообщая о субъективных и объективных обстоятельствах, способствующих реализации этой прагматической интенции адресанта.

Предполагаемый адресат (работодатель, член конкурсной комиссии и др.) должен получить из текста необходимую и исчерпывающую информацию о личных качествах, обстоятельствах биографии и профессиональных интересах автора, которые бы подходили для запрашиваемой должности. Поэтому со стороны адресанта текст заявления о приеме на работу по его содержанию и форме представляет собой своеобразную само-рекламу, где важно, с одной стороны, не преувеличить свои положительные качества и профессиональные способности, а с другой — не быть излишне скромным и кратким.

Структурно-семантическим центром, или «ядерной» языковой единицей, рассматриваемого типа текста является местоимение 1-го лица (нем. *ich*), которое можно считать «индексальным символом» [5, с. 230] эгоцентризма как такового. Неоднократное повторение этого местоимения в функции грамматического и прагматического субъекта в текстовой структуре заявления о приеме на работу и его дистрибутивные связи с другими элементами текста, на семантику и прагматику которых оно иррадиально воздействует, придавая и им эгоцентрический смысл, создают субъективно-оценочный «модус формулирования» целостного текстового высказывания [1, с. 175–189]. При этом предложения, в которых местоимение *ich* как грамматический субъект сочетается с перформативными глаголами (*sich bewerben, bitten* и др.), с модальными глаголами (*mögen, können, dürfen*), с глаголами ментальной и эмотивной семантики (*denken, glauben, sich freuen* и др.), выступают в функции «прагматических фокусов» текста.

Приведем примеры:

(1) *Sie suchen einen jüngeren Zeichner für die Ausführung von Bauzeichnungen. Ich **bewerbe mich um diese Stelle, weil ich <...>die entsprechenden Kenntnisse Fähigkeiten erarbeitet habe.*** [1] (S. 98)

(2) *Als gelernter Feinmechaniker **kann ich** Ihren beruflichen Anforderungen voll **entsprechen.*** (S. 102)

(3) *Sie suchen eine qualifizierte Fotolaborantin. **Ich glaube, Ihren Anforderungen vollgewachsen zu sein, und würde mich freuen, bei Ihnen arbeiten zu dürfen.*** (S. 86).

Отличительная семантико-функциональная характеристика местоимения 1-го лица в этом виде текста, как и, например, в деловой автобиографии, состоит в том, что прагматическая установка заявления о приеме на работу обуславливает некоторые изменения в его обычной контекстуальной семантике. Как известно, местоимение 1-го лица отличается «семантической уникальностью» [3, с. 136]: с ним связана «высшая степень индивидуализации, которая может быть достигнута средствами языка», не требующая никакой предварительно установленной референции, никакой пресуппозиции референции или существования [6, с. 165–166]. В отличие, например, от местоимения 3-го лица, всегда имеющего в тексте антецедент и принадлежащего поэтому к анафорическим местоимениям, местоимение 1-го лица относится к разряду дейктических слов, так как оно лишь указывает на (говорящее) лицо, редко обозначаемое в тексте прямой номинацией через имя собственное. Однако, в заявлении о приеме на работу полная официальная самономинация автора, подкрепляемая личной подписью, принадлежит к обязательным композиционно-смысловым позициям текста, обеспечивая тем самым референциальную проекцию местоимения 1-го лица и его коррелятов (в первую очередь, притяжательных местоимений) на личное имя заявителя.

Следующая контекстуальная черта типа текста «заявление о приеме на работу», релевантная для фокусируемой в нем эгоцентрической субъектной перспективы, заключается в запрограммированном мелиоративном характере семантики всех содержащихся в нем оценочных высказываний. Это обусловлено прагматической сосредоточенностью «Я» субъекта оценки на презентации собственных профессиональных или личностно-социальных характеристик как очевидных и бесспорных аргументов его приема на работу. Нередко для повышения степени достоверности мелиоративной оценки приводятся ссылки на соответствующие документы или мнения третьих лиц, использование которых нацелено на усиление персуазивного воздействия на работодателя:

(4) *Ich bin 23 Jahre alt, ledig, nicht ortsgebunden, **gesund und kräftig. An gutes und fleißiges Arbeiten bin ich gewöhnt.*** (S. 101)

(5) ***Aus den beigefügten Zeugnissen** ersehen Sie, dass ich mich in ein neues Aufgabengebiet **schnell und sicher** einarbeiten kann. **Fleiß, Umsicht und gutes Geschick** werden mir bescheinigt.* (S. 102)

(6) *Als 32jähriger bin ich **alt genug, gründliche Kenntnisse im Automobilhandel zu haben, jung genug, um noch viele Jahre für Sie erfolgreich arbeiten zu können.***

Und falls ein Ausländer bei Ihnen kaufen will: ich spreche recht gut Englisch und auch ein bisschen Spanisch und Italienisch. (S. 94)

Как уже отмечалось выше, речевые действия эгоцентрического субъекта текста заявления о приеме на работу всегда осуществляются в прагматической перспективе на конкретного адресата. Личное имя этого адресата, как правило, называется в начальной позиции текста — прямом обращении к нему (*Sehr geehrter Herr Flesch; Sehr geehrte Frau Doktor März* и др.). К широко используемым формам обращения принадлежит также стандартное немецкое деловое антропонимическое словосочетание „*Sehr geehrte Damen und Herren*“, выступающее в данном случае в роли метонимического обозначения работодателя. Названные виды обращений дейктически соотносятся с типичными для немецких заявлений о приеме на работу номинативными конструкциями типа: *Ihre Anzeige in ... vom ...; Ihre Anzeige in ... vom ...*, „*Grafiker von größerer Werbeagentur gesucht*“;

Ihre Anzeige „Verkaufsrepräsentant“ in ... vom ..., которые предваряют непосредственный текст заявления и эксплицируют его дискурсивную открытость.

Итак, анализ текстовых сигналов реализации эгоцентрической прагматической перспективы автора на примере даже одного типа текста, используемого в деловой коммуникации, позволяет сделать вывод о том, что эгоцентризм как параметр интерпретации текста приложим не только к литературно-художественным текстам, где он является имманентным символическим знаком авторской интроспекции и индивидуальной образности. Речевой эгоцентризм может служить ориентиром и при интерпретации текстов из иных сфер практической деятельности человека, так как позволяет обнаружить поддающиеся систематизации и научному описанию лингвостилистические сигналы, которые подтверждают прагматическую установку автора на выражение в структуре текста собственных (индивидуальных и социальных) потребностей и пристрастий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гончарова Е. А. Лингвостилистический аспект интерпретации эгоцентрических текстовых структур // *Stylistics and Kozhina / Stylistyka*. XIV.— Opole: Uniwersytet Opolski, 2015.— С. 175–189.
2. Карасик В. И. Язык социального статуса.— М.: Гнозис, 2002.— 333 с.
3. Падучева Е. В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью.— М.: Наука, 1985.— 275 с.
4. Современный словарь иностранных слов.— СПб: Дуэт, 1994.— 752 с.
5. Степанов Ю. С. В трехмерном пространстве языка. Семиотические проблемы лингвистики, философии, искусства. Изд. 2-е.— М.: Либроком, 2010.— 336 с.
6. Степанов Ю. С. Имена. Предикаты. Предложения: Семиотическая грамматика.— М.: Наука, 1981.— 361 с.
7. Manekeller W. Die Bewerbung. Der moderne Ratgeber für Bewerbungsbrieife, Lebenslauf und Vorstellungsgespräche. Niederhausen: Falken-Verlag, 1991.

© Гончарова Евгения Александровна (eagor@rambler.ru). Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

