

РАЗДЕЛ 1
ПАРАМЕТРЫ, СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ДИСКУРСА

АНТРОПОЦЕНТРИЗМ ПРОФЕТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
ANTHROPOCENTRICITY OF PROPHEPIC DISCOURSE

А. Э. Левицкий

A. E. Levitsky

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Москва, Россия

Lomonosov Moscow State University

Moscow, Russia

e-mail: andrelev@list.ru

В статье рассматриваются антропоцентрические основы профетического дискурса на материале русского и английского языков. Данный тип дискурса имеет вербальную репрезентацию, характеризуется цивилизационными, культурными, социальными и психологическими параметрами ее автора и учитывает аналогичные данные реципиента. Гороскопы и сонники как составляющие основу профетического дискурса отражают вымышленный мир в субъективной интерпретации прогнозиста. Значительное внимание при передаче профетической информации уделяется форме информирования, эмоционально-оценочной аргументации и элементам волеизъявления.

Ключевые слова: дискурс, антропоцентризм, гороскоп, сонник, вербализованная информация, субъективизм, восприятие, адресация, оценочность, квазиреальность

The article deals with the anthropocentric basics of Russian and English prophetic discourse. This type of discourse possesses specific verbal representation. It embodies peculiar features of civilization, culture, community / society and psychology relating to its author and recipient. Fortune and dream books which represent prophetic discourse reflect the imaginary world in the fortune teller's subjective interpretation. Attention in the course of prophetic information transfer is drawn to the means of informing, emotional and-evaluative argumentation as well as elements of volition.

Key words: discourse, anthropocentricity, fortune books, dream books, verbalized information, subjectivity, perception, addressing, evaluation, quasi-reality

В лингвистике начала XXI века значительное место уделяется исследованиям, связанным с передачей информации любого рода (см., напр., [5]; [7]; [11]). Именно дискурс как «текст, погруженный в жизнь» [1, с. 136] является наиболее удобной формой «упаковки» вербализованной информации в историческом и социокультурном контексте. Таким образом, дискурс отражает «дух времени», который

определяет его структуру и позволяет адекватно его декодировать. Кроме того, индивид и его дискурс выступают мощным фактором, влияющим на развитие языка и формирующим коммуникативный и когнитивный стили, которые присущи социуму, этносу и человечеству в целом на определенном этапе развития. Не вызывающая сомнений антропоцентрическая сущность продуктов дискурсивной деятельности человека, выраженная в отражении его личностных начал, с одной стороны, и адресованности, с другой, является определяющей в современном понимании дискурса. Влияние на сохранение и развитие языка также антропоцентрично по своей сути и в известном смысле связано с будущим, т. к. формирование языковых, коммуникативных и даже когнитивных приоритетов напрямую обращено как адресату сегодняшнему, так и к адресату завтрашнему.

Современный человек не мыслит себя без осознания не только своего настоящего и прошлого, но и будущего. Стремление познать будущее объясняется тем, что, достигнув высочайшего уровня в своем эволюционном развитии, человек стоит у границы, за которой находится мир воображаемый. В его понимание входят ситуации, которые мы представляем и желаем, чтобы они произошли [17, с. 172]. Это стремление отражается не только в планировании действий, но и в принятии «власти судьбы» [2, с. 9]. Такая «игра с будущим» со стороны человека, желающего его узнать, и того, кто выступает предсказателем, имеет свои конвенции. Единая дискурсивная формация отражает границы коммуникативной и когнитивной деятельности человека, устанавливая степень значимости, целесообразности и важности высказывания среди тематически близких [13, с. 158] с учетом культурно маркированных обстоятельств и формульных моделей поведения, принятых в данном социуме [8, с. 278]. Дискурсивное пространство, таким образом, формируется на основе отражения неких тематически однородных идей и смыслов, «овеществленных в текстах» с помощью определенных когнитивных стратегий продуцента, реализуемых совокупностью стереотипизированных и конвенци-ализированных языковых средств, которые распознаются реципиентом автоматически [13, с. 158]. Даже если обе стороны не контактируют между собой напрямую, предсказатель использует определенную систему знаний, которая позволяет выработать алгоритм для отражения в письменной форме. При этом не важно, верит ли сам предсказатель в правдивость и истинность своего суждения. Более весомым представляется адресация его высказывания, выраженная в стремлении убедить реципиента в своей правоте. Для того чтобы создать дискурсивное

произведение подобного плана, необходимо сочетать коммуникативное и инструментально-стратегическое действия [12], т. е. коммуникативную и стратегическую рациональность.

Продюцент сознательно или неосознанно оказывает влияние на реципиента, формируя установки, намерения, представления и оценки, которые со временем организуют его поведение по разработанному сценарию. Для достижения необходимого эффекта такое влияние должно быть нацелено на сознательную и бессознательную деятельность психики индивида, объединяя логические и эмоциональные компоненты. Безусловно, наибольшее дискурсивное влияние при передаче профетической информации связано с **информированием**, реализующим такие дискурсивные действия, как сообщение, предупреждение, рассказ, пояснение («С Луной в шестом секторе (труда) нужна хорошая организация, пунктуальность и последовательность»; “*Envelopes seen in a dream, omens news of a sorrowful cast*”), хотя нельзя исключать и роль **аргументации**, предполагающей убеждение реципиента и даже возможность суггестии («*Всегда есть выбор: заглядывать за горизонт или копаться на огороде. Пребывание на садовом участке действительно полезно. Чувство родной земли дает ощущение опоры, фундамента. Дозированный труд укрепляет здоровье*»; «*Ты видишь [во сне себя] мальчиком – значит, тебя раздражают постоянные разговоры родных и близких о том, что необходимо взрослеть и определяться в жизни*»), а также **эмоционально-оценочный подход** к его будущим действиям («*Все тайное когда-то становится явным, и в этом есть большая польза. Причем не надо далеко ходить – начните с себя, проведя исчерпывающий анализ своих достоинств и недостатков*»; «*Теща веселая – ваши отношения с тещей наконец-то станут приемлемыми и мирными*»), элементы **волеизъявления** («*Чистить лук – в семье будет множество неприятностей, с далеко идущими печальными последствиями. При малейшей возможности постарайтесь восстановить мир, даже ценой своей жертвенности. Если этого не сделать, то дальше будет только хуже*»; “*Put your responsibilities to the back of your mind for a while and focus on ways that you and certain others can indulge yourselves*”). Причем, невзирая на то, что в данном случае продюцент дискурсивного продукта навязывает реципиенту свою модель мира, когнитивного диссонанса, как правило, не происходит, поскольку отправитель и получатель сообщения в равной степени участвуют в процессе убеждения, которое основано на самоубеждении. Если вы обнаружили что-то свое в том мире, который «рисует» ваш партнер, убеждение состоялось [15, с. 146–148].

Не следует сбрасывать со счетов и роль дискурсивной категории авторитетности, играющей особую важность при передаче информации профетического содержания. Продюцент выступает непререкаемым авторитетом, выступающим носителем «высшего знания», не доступного большинству человечества. Такое положение дел поддерживается отсутствием обратной связи в полном объеме. Однако авторитетность является категорией динамической [9, с. 237], что допускает потерю авторитета у реципиента в случае несоответствия предсказания и последующих за ним событий. Потребность к подобного рода информации доказывает, что предсказания оказываются «товаром», который удовлетворяет основным типам потребностей, выделенных В. Пакардом [16], а именно – эмоциональной безопасности, подтверждения ценности, самоблагодарности, вечности и объектов любви. Таким образом, следует говорить не столько о воздействии на адресата, сколько о взаимодействии обеих сторон дискурсивного процесса, которое и является «основной реальностью языка» [3].

Различного рода предсказания, запечатленные в гороскопах и сонниках, составляют письменную основу профетического дискурса. Они основаны на традиционных для определенного лингвосоциума верованиях, стереотипах, предубеждениях и суевериях, что выступает основой создания доверительности. Наивная по своей сути профетическая форма передачи информации, характеризующаяся ярко выраженной этнокультурной и социальной направленностью, позволяет получателям информации познать свое будущее, которое подается как возможная, прогнозируемая и одновременно вымышленная реальность.

Способность человека представлять, планировать и прогнозировать будущее позволяет человеку воспринимать его как квазиреальное, т. е. как такое, что может быть / стать реальным в полном объеме. Если прошлое можно представить, будущее можно не просто вообразить, но и спрогнозировать, и даже спланировать. Однако в данном случае прогнозы и планы обладают разной степенью реализации, т. е. возможностью стать объективной реальностью. В обществе распространено мнение, что знание будущего позволяет определить не только цель для настоящего, но и разработать подходы для достижения желаемого либо предпринять меры во избежание возможных неприятностей. Информация о будущем, представленная в знамениях и предсказаниях разного рода, рассматривается как «слепок будущего», который имеет большой шанс реализоваться и стать фактом действительности. При этом, если читатель играет роль пассивного получателя информации, то автор – активного, который стремится убедить человека, даже не зная его, в правоте тех стереотипов, суеверий

и верований, а также иных знаний, которые служат основой построения изложенного в гороскопах и сонниках алгоритма. Используемая в данном типе дискурса модель предполагаемого реципиента профетической информации зависит полностью от продуцента, его опыта, вкусов и подхода. Важно то, что «в момент реализации коммуникативного акта гипотетическая модель адресата вступает во взаимодействие с сознанием конкретного реципиента, запланированная схема наполняется индивидуальным содержанием» [10, с. 19], как происходит с декодированием любого дискурса.

Вымышленный мир в профетическом дискурсе выдается за будущий реальный мир. Причем его конструирование становится возможным лишь с опорой на мир реальный [6, с. 85], т. е. у всего вымышленного есть свои реальные истоки. Речь идет об активном взаимодействии различных миров, которые находятся в смежных плоскостях. Возможное имеет непосредственную референцию к реальному миру, добавляя к нему новые черты. Следовательно, в будущем невозможное становится возможным. Иными словами, будущее является воплощением возможного с позиций объективной реальности. Именно поэтому квазиреальный мир, представленный, в частности, в сонниках и гороскопах, хотя и максимально приближен к реальности, выступает как возможный, содержащий образы и символы грядущих или желанных событий. Опора на реальные события, действия и состояния способствует правдоподобности изложения и восприятия, заложенной в профетическом дискурсе информации. Отделить потенциально возможное, вымышленное от реального представляется в рамках профетического дискурса весьма сложным. Это вполне вероятно, учитывая открытый, личностный, изменчивый характер мира реального.

Итак, для продуцирования и рецепции профетического дискурса опора на объективную реальность играет важную роль. Однако весомой оказывается и субъективность восприятия окружающего мира, существующая вне зависимости от конкретного индивида. Деятельность воображения, таким образом, выступает одновременно творческой и познавательной, своеобразной «высшей формой мышления» [4, с. 12], благодаря которой реализуется искушение познать мир. В результате вымысел позволяет заглянуть туда, где реальность бессильна, позволяет планировать и принимать меры предосторожности [18, с. 243]. Человек, в данном случае – и продуцент, и реципиент профетического дискурса – определяет сконструированные миры как подобие реальности, которая вербализуется с помощью семантики естественного языка [14].

Вместе с тем, профетический дискурс, в силу своей субъективной природы отражается чрезвычайной вариативностью композиции текста, лексических и синтаксических средств экспликации когнитивной, лингвокультурной, социальной, психологической, риторической и эстетической составляющих, а также средств визуализации. Не последнюю роль играет индивидуальный стиль изложения информации. Однако отмеченные особенности не «размывают» гипотезу о существовании данного дискурса.

Невзирая на то, что сонник имеет ярко выраженную этнокультурную и социальную направленность, он все же не обладает мерой индивидуализации, характерной гороскопам. Даже если человек не информирует астролога о своих данных, он может прочесть в гороскопе общий прогноз для всех людей, подпадающих под определенную категорию, в частности, родившихся под этим знаком Зодиака. В таких гороскопах можно встретить неопределенные формулировки типа «*У **некоторых** Овнов деловые отношения повернутся в романтическом направлении*».

Для сонников более характерна употребление косвенной адресации («*Золотые цепочки, кольца, складни, перстни и подобные тому уборы, виданные мужчиной во сне, значат обман, лезть или то, что она порождает. О женщине, напротив, того, как вещи ее полу принадлежащие, сей сон предзнаменует, что она сии вещи иметь будет*»; «*To dream of nutmegs, is a sign of prosperity, and pleasant journeyings*»). В текстах гороскопов возможен широкий спектр вербальных форм привлечения внимания, например, «*Внимание женщин: есть вероятность встречи с самым-самым мужчиной в вашей жизни*»; «*Стрелец – знак цели*»; «*Ошиблись? Исправьтесь*»; «*Сегодня шквал позитива, радости и сладостей обеспечен! Фонтан энергии приведет к успеху на всех фронтах!*»; «*Libra involved*».

В целом, краткая форма профетического дискурса допускает варьирование форм изложения информации в гороскопах – допущение размышлений, развернутых толкований, что не фиксируется в сонниках. Сонники же позволяют каждому адресату проявлять собственные интерпретационные способности на основе изложенного в печатном виде. В гороскопах многое зависит от толкователя. Поэтому астрологи широко известны в социуме, а авторы сонников не обладают такой популярностью.

Для достижения успешности передачи вербализованной информации ее продуцент может прибегнуть к апеллированию к наиболее важным сферам жизнедеятельности человека;

конкретизации ценностей социальной, возрастной или гендерной группы, для которой данная информация предназначена.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. Энциклопедия, 1991. – С. 136–137.
2. Арутюнова, Н.Д. Будущее в языке / Н.Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Лингвофутуризм. Взгляд в будущее; отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Индрик, 2011. – С. 6–11.
3. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 423 с.
4. Голосовкер, Я.Э. Логика мифа / Я.Э. Голосовкер. – М.: Наука, 1987. – 218 с.
5. Дик, У. Эффективная коммуникация. Приемы и навыки: пер. с нем. / У. Дик. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007. – 188 с.
6. Ильинова, Е.Ю. Концептология вымысла в тексте авторской сказки / Е.Ю. Ильинова // Филологические науки. – 2007. – №1. – С. 85–93.
7. Иссерс, О.С. Речевое воздействие / О.С. Иссерс. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
8. Карасик, В.И. Языковые ключи / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2009. – 406 с.
9. Кашкин, В.Б. Парадоксы границы в языке и коммуникации / В.Б. Кашкин. – Воронеж: Издатель О.Ю. Алейников, 2010. – 382 с.
10. Колегаева, И.М. Текст как единица научной и художественной коммуникации / И.М. Колегаева. – Одесса: Ред. отдел обл. упр. по печати, 1991. – 120 с.
11. Переверзев, В.Н. Теория коммуникации: металогический подход / В.Н. Переверзев // Методы современной коммуникации. – Вып. 1. – М.: МГЛУ, 2003. – С. 5–16.
12. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. / Ю. Хабермас. – М.: Наука, 2000. – 380 с.
13. Чернявская, В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность / В.Е. Чернявская. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.
14. Jackendoff, R.S. Patterns in the Mind, Language and Human Nature / R.S. Jackendoff. – N.Y.: Basic Books, 1994. – 246 p.
15. Larson, Ch. U. Persuasion: reception and responsibility / Ch.U. Larson. – Belmont (Ca): Wadsworth Publishing Co., 1995. – 434 p.
16. Packard, V. The Hidden Persuaders / V. Packard. – N.Y.: Pocket Books 1958. – 242 p.
17. Radden, G. Cognitive English Grammar / G. Radden, R. Driven. – N.Y.: John Benjamins Publishing Company, 2007. – 374 p.
18. Rescher, N. Imagining Reality: a study of unreal possibilities / N. Rescher. – Chicago & La Salle: Open Court, 2003. – 298 p.