

УДК 811.161.1'27

ФАКТОР АДРЕСАТА В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ «КНИГА ОТЗЫВОВ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ»*Т. В. Шуматова***FACTOR OF THE ADDRESSEE IN THE SPEECH GENRE "OPINIONS AND PROPOSALS BOOK"***T. V. Shumatova*

В статье рассматривается образ адресата в жанре естественной письменной русской речи «Книга отзывов и предложений». Осуществляется классификация образа адресата по способу взаимодействия коммуникантов; по характеру эксплицированности / неэксплицированности образа адресата; по типу отношений адресанта и адресата; по статусному параметру.

In article the image of the addressee in a genre of natural written Russian speech to "Opinions and proposals book" is considered. Classification of an image of the addressee by a way of interaction is carried out; on character expressiveness / not the expressiveness; as relations; on status parameter.

Ключевые слова: естественная письменная речь, жанр, жанрообразующие признаки, образ адресата .

Keywords: Natural written speech, genre, signs forming a genre, the image of the addressee.

Интерес к личностным и социальным сторонам деятельности говорящего и слушающего активизировал антропоцентрический подход к языку. Этот подход объединил направления исследования – коммуникативное и прагматическое, – для которых общим явилось рассмотрение текста в его отношении к участникам коммуникации.

Объектом исследования в данной статье является речевой жанр «Книга отзывов и предложений» (далее – КОП), который имеет ярко выраженную прагматическую направленность, следовательно, существенную роль в формировании исследуемого жанра речи играет фактор адресата. Рассматриваемый речевой жанр функционирует на границах естественной письменной речи (далее – ЕПР) и официально-деловой письменной речи. Термин «естественная письменная русская речь» был предложен Н. Б. Лебедевой для номинации естественной речи в письменной форме [4]. Все записи, имеющие такие признаки, как «письменная форма, спонтанность и непрофессиональность исполнения, неофициальность (повседневность) сферы бытования, отсутствие промежуточных лиц и инстанций между текстом, написанным самим автором, и читателем», исследователь предлагает называть естественной письменной речью.

В русле данного направления изучения разновидностей речи жанр – это языко-речевая единица, состоящая из комплекса жанрово-релевантных (т. е. жанрообразующих и частотных нежанрообразующих) признаков, в число которых входят функционально-целевой признак и, как правило, материальные (субстанциональные) признаки, в том числе – субстрат (Н. Б. Лебедева). В зависимости от объема и сложности интеракции исследователи дифференцируют разные типы речевых жанров (РЖ). Так, например, М. Ю. Федосюк предлагает различать «элементарные» и «комплексные» жанры [8, с. 104].

К. Ф. Седов, кроме собственно речевых жанров, выделяет субжанры (минимальные единицы, равные одному речевому акту, например колкость), гипержанры (речевые формы, которые сопровождают социально-коммуникативные ситуации, объединяю-

щие в своем составе несколько жанров, например застолье) и жанроиды (переходные формы, сочетающие в себе элементы нескольких жанров, например жанроид ссоры и семейной беседы) [5, с. 145].

Мы в нашей работе придерживаемся классификации РЖ в зависимости от сложности и объема взаимодействия, предложенной М. Ю. Федосюк. Итак, КОП – сложный речевой жанр, реализуемый в простых жанрах жалобы, отзыва, предложения и благодарности. КОП функционирует на границе экстралингвистической и собственно лингвистической сфер, основная функция его – контролировать и регулировать взаимодействие субъектов в сфере услуг и торговли, в качестве субстрата КОП выступают сброшюрованные и пронумерованные листы бумаги.

В качестве предмета изучения рассматривается адресат КОП как жанрообразующий фактор для данной разновидности письменной речи.

Цель настоящей статьи заключается в рассмотрении адресата как фактора, влияющего на формирование текстов РЖ Книга отзывов и предложений, и осуществляется посредством решения следующих задач: выявление коммуникативных ролей субъектов в денотативной структуре ситуации взаимодействия в сфере обслуживания, установление адресата КОП, комплексное описание адресата текстов КОП, составление типологии адресатов исследуемого жанра речи.

Материалом исследования послужили тексты КОП, адресатами которых являются лица, представляющие бытовые, товарно-денежные, банковские, юридические, транспортные, интеллектуальные, духовные и другие услуги.

Сбор материала осуществлялся автором с 2006 по 2011 годы. Корпус текстов, подвергнутых изучению, составляет 281 «Книгу отзывов и предложений», где представлено 3275 текстов, квалифицируемых как простые РЖ – жалоба, отзыв, благодарность и предложение.

Коммуникативная ситуация, возникающая между потребителем и лицами, предоставляющими ус-

луги, может быть представлена в виде следующей схемы.

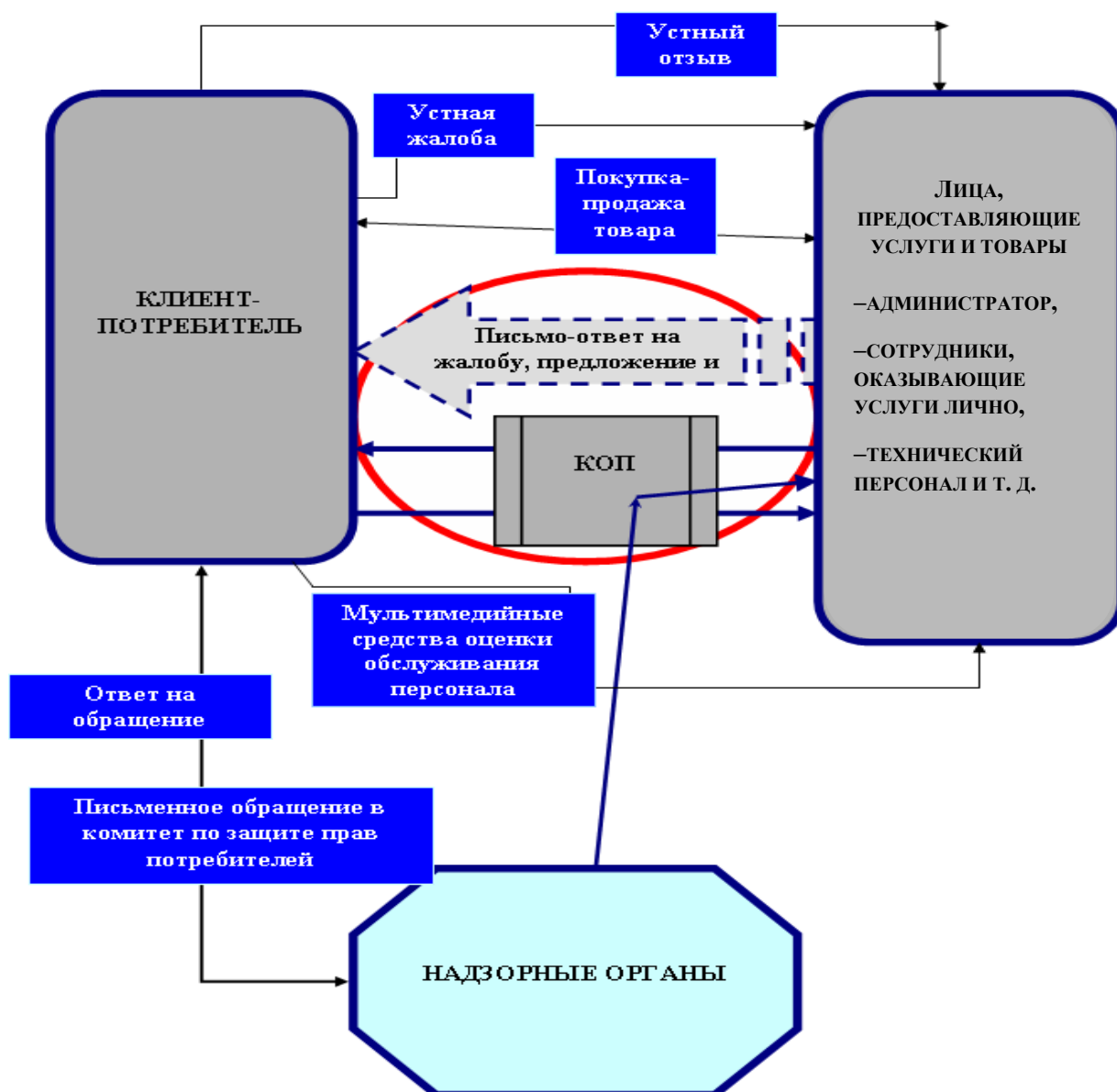
В данной схеме отмечены три стороны взаимодействия в сфере услуг: клиент-потребитель, лица, предоставляющие услуги, надзорные инстанции. В число клиентов-потребителей входят все лица, которые покупают те или иные услуги и товары. Обобщающим словосочетанием «лица, предоставляющие услуги» мы обозначили лиц, которые продают услуги и товары (материальные, интеллектуальные, духовные). К числу лиц, предоставляющих услуги, мы отнесли:

а) руководителей, директоров организаций (на схеме они номинированы обобщающим словом «администратор»),

б) продавцов, парикмахеров, врачей, художников, актеров (они в схеме названы «сотрудниками, оказывающими услуги лично»),

с) грузчиков, охранников и других лиц, которые прямо не связаны со сферой обслуживания населения, в той или иной сервисной сфере они выполняют вспомогательные функции (на схеме данная группа лиц обозначена как технический персонал).

Схема 1. Денотативная структура ситуации взаимодействия потребитель-клиент / администратор (лица, предоставляющее услуги) / надзорные органы



К надзорным инстанциям относятся организации, которые контролируют и регулируют качество оказываемых администратором услуг.

Взаимодействие между клиентом и лицами, предоставляющими услуги, начинается в момент приобретения потребителем услуги или товара. На

вербальном уровне ситуация покупки товара или услуги выражается в нескольких формах: устной, письменной, мультимедийной. Клиент, совершая покупку, вступает в устную коммуникацию с администратором, клиент в устной форме может выразить благодарность администратору за оказанную

Тексты КОП характеризуются нами как адресно-ориентированные, но в то же время любая запись, функционирующая в структуре исследуемого РЖ, доступна для прочтения не только тем, кому она была адресована, но и, в частности, другим клиентам, которые также захотят оставить свою запись. Следовательно, коммуникация в КОПе может характеризоваться как полуоткрытый тип. Проиллюстрируем данное утверждение примерами. Все записи из КОП приведены с сохранением авторской грамматики, орфографии и пунктуации.

Уважаемые продавцы, моя просьба состоит в том, что у товаров, расположенных на нижних стеллажах, ценника практически не видно. Примите какие-нибудь меры.

Данный текст КОП квалифицируется нами как РЖ «просьба», так как интенция автора связана с вежливым побуждением адресата к действиям, которые кажутся автору необходимыми для автора. В качестве адресата приведенной выше просьбы выступают *продавцы*, они являются «избранными читателями», но данная просьба обязательно будет прочитана руководителем магазина при проверке КОП, т. е. руководитель является потенциальным читателем, кроме того, другие авторы текстов КОП могут прочесть рассматриваемую просьбу, также эта просьба может быть прочитана специалистами, осуществляющими контроль торговой деятельности данного магазина, контроль работы с потребителями и т. д. Наличие потенциальных читателей характеризует КОП как коммуникацию открытого вида.

Исследованный материал КОП позволяет говорить о двух типах адресата КОП: администратор (57 %) и сотрудник, предоставляющий услугу непосредственно (41 %). Рассмотрим пример, в котором адресатом является администратор.

Уважаемый Директор!

Прошу уделить особое внимание вашим сотрудникам (Щербина Елена и Алена Владимировна) желательна в виде премии за особо интеллигентное отношение к клиентам.

Побольше Вам

таких сотрудников

(с большой буквы сотрудников)

!!!

Адресатом приведенного текста является директор (в нашей схеме обобщенно названный администратором), но прочтут текст и сами сотрудники магазина, которые стали предметом просьбы (ее темой), другие авторы КОП, члены контролирующей инстанции, другие покупатели.

В некоторых случаях в тексте КОП встречается смена адресата, что является проявлением признака естественности данного типа письменной речи. Приведем пример:

Охранники Никитин и Авронин очень грубые, Вы человеки! знать Вас надо...

Адресатом первого предложения является администратор, поскольку информация об охранниках выступает в виде темы, во втором же предложении адресатами становятся сами охранники, в адрес которых автор высказывает свое возмущение.

В Книгах отзывов и предложений только 2 % корпуса текстов имеют адресатов, представляющих технический персонал. Деятельность данных лиц не связана с видом услуги, оказываемой той или иной организацией, такие записи встречаются в КОП банков, магазинов, театров. В качестве самостоятельных адресатов технический персонал мы не рассматриваем, так как в таких текстах всегда наблюдается смена адресата. Автор, обращаясь к данным лицам, выражает степень своего возмущения, которое он в письменной форме демонстрирует администратору, который и является конечным адресатом таких текстов.

2. Описание адресата с учетом его эксплицированности/неэксплицированности в текстах КОП

Нужно отметить, что администратор, выполняя руководящие функции, несет ответственность за организацию деятельности по оказанию услуг, он обязан регулировать поведение сотрудников. Данные социальные функции администратора предполагают, что конечным адресатом КОП всегда является администратор, но он может быть не эксплицирован языковыми средствами. Наблюдения над текстами КОП показали, что когда в качестве адресата выступает сотрудник, образ администратора имплицитен. Приведем пример, в котором также имеется смена адресата: в первой части текста имплицитным адресатом является администратор, во второй части – эксплицитно выражены имена адресатов-сотрудников – объектов благодарности.

Выражаю глубокую благодарность врачу-невропатологу Н. В. Сайгутиной и медсестре О. В. Молотиловой за внимательное и чуткое отношение. Спасибо Вам за ваш нелегкий и благородный труд.

С уважением Тарунова

В данном примере автор записи оценивает услуги, качество которых в первую очередь зависят именно от сотрудника. Заметим, что профессиональные качества сотрудников и их доброжелательное отношение к клиентам – наиболее частотная тема в КОП (71 %).

Адресат-администратор чаще всего (87%) эксплицирован в тех случаях, когда предметом обращения потребителя к организатору является качество услуги, оказываемой исполнителем недолжным образом, когда сотрудники уже не рассматриваются как адресаты, а становятся «темой» сообщения.

(1) Господа руководители!!! Просим обратить внимание на скорость выполнения заказов, приходится долго ждать. А к качеству продукции претензий не имеем. Все очень вкусно!!! Надеемся вы примите меры...

(2) Я, покупатель Проценко Раиса Ануреевна, в десятом часу вечера покупала пачку сигарет «Максим». Мне продавец не дала сдачу 0.20 коп, а сказала, что пачка стоит 11 руб. 50коп. при повторном моем спросе кинула мне 0.20 коп и зрнула мне.

Проценко

В тексте (1) адресат-администратор эксплицирован, данный текст рассматривается нами как РЖ

«просьба» (интенция – в вежливой форме призвать адресата к принятию мер). Автором указываются аспекты, снижающие положительную оценку деятельности сферы услуг. Следуя стилю официального общения, адресант обращается к адресату на Вы, указывает статусные характеристики последнего, кроме того, автор использует конструкции *обратите внимание, примите меры*, которые могут быть расценены как в вежливой форме выраженные рекомендации, которые ослабляют императивный эффект высказывания в целом. Данный текст эмоционально насыщен за счет паравербальных элементов, использование которых также нацелено на достижение прагматических целей.

В тексте (2) адресат-руководитель имплицирован, текст квалифицирован нами как РЖ «жалоба»: автор информирует адресата-администратора о том, что конкретный сотрудник нарушил ее потребительское право, вел себя неподобающим образом. В данном тексте императивная цель выражена имплицитно, автор детально описывает ситуацию, использует глагольные лексемы, отрицательно характеризующие сотрудника (*не дала сдачу, кинула мне, грубила мне*). Для автора адресат – это лицо, которое заинтересовано в сохранении и увеличении клиентуры, а событие, описываемое автором, расценивается им как препятствующее достижению этой цели. Имплицированный адресат-руководитель встречается в 13 % высказываний, в которых оценивается качество услуги как ненормативное.

Предметом жалоб, отзывов, предложений в КОП, кроме характеристик сотрудников, их деятельности и поведения, являются товары и услуги, предоставляемые потребителю (9 %), особенности организации пространства, в котором протекает взаимодействие субъектов сферы услуг (6 %), комплекс элементов, составляющих сферу услуг (4 %). Тексты, содержащие эти темы, всегда адресованы руководителю, в 13 % случаев он имплицирован. Приведем примеры:

(1) *Битую посуду уберите, наконец. Не позорьтесь!*

(2) *У вас в магазине очень некачественные телефоны! Проработал неделю! Ужасно!!!*

(3) *Сегодня посетила Ваш магазин. Очень понравилось. Светлые, уютные залы. Большой ассортимент товаров. Грамотное, высококвалифицированное обслуживание продавцов.*

Теперь я ваш постоянный покупатель. Спасибо! Вы супер!!!

В примерах (1) и (2) тема текстов связана с качеством товаров, которые предлагаются потребителю, в (3) примере автор оценивает комплекс элементов сферы обслуживания. Тексты обращены администратору, который в тексте имплицирован. Обращается автор к адресату на Вы, соблюдая нормы официального общения, но все три примера представляют собой разновидности естественной письменной речи. В (1) тексте автор использует вводную конструкцию, которая носит разговорный характер. Второе предложение также содержит разговорные элементы. В примере (2) элементы ЕПР присутст-

вуют во 2 и 3 предложении: 2 предложение неполное (отсутствует подлежащее), в 3 предложении автор выражает свое отношение к ситуации, используя лексему *ужасно*, которая является стилистически окрашенной. В примере (3) автором для оценки деятельности адресата используется конструкция *Вы супер*, которая содержит разговорные элементы. В целом текст эмоционально насыщен, содержит паравербальные элементы.

Основная цель администратора сферы услуг – продать услугу или товар, расширить клиентскую базу, поэтому он заинтересован в качестве оказываемых услуг и товаров. Потребитель, пишущий в КОП, осознает это, поэтому имплицитно адресат-администратор присутствует практически во всех записях КОП.

Остановимся на особых случаях, когда адресат-администратор не подразумевается автором вообще (9 % всех КОП). В данном случае мы подсчитывали именно количество книг, так как 93 % записей в них адресованы только сотруднику, оказывающему услугу непосредственно, данные КОП имеют определенную ограниченную сферу функционирования – это КОП театров и музеев. В данных Книгах отзывов и предложений адресат-администратор встречается, если темой или адресатом (при дальнейшей его смене) является технический персонал. Приведем пример записи КОП, в которой отсутствует адресат-администратор:

Какой потрясающий художник Булгов. Смотрю на эти картины и просто поражаюсь на сколько иногда талантливы люди. Спасибо художнику за полет фантазии и откровение души.

Темой приведенного текста (объектом коммуникации) является художник Булгов, сам текст содержит в себе элементы автокоммуникации: автор высказывается о творчестве художника, выражает свое впечатление от картин художника, рассуждает о том, насколько бывают люди талантливы. Хотя текст и не адресован автором администратору, тем не менее он, по всей видимости, рассчитывает на то, что его отзыв будет прочитан организатором (в тайне души автор надеется, что и самим художником) и учтен как одобрение выставок названного художника и его творчества. Учитывая отклики потребителей, администратор корректирует свою деятельность в сфере услуг, поэтому конечным читателем всех записей КОП является администратор. При этом адресат-художник или адресат-актер, хотя и может прочесть отзыв и эмоционально отреагировать на подобные записи потребителей, все же не будет подвергнут каким-либо действиям со стороны администратора.

Таким образом, можно говорить о двух вариантах адресата КОП в зависимости от сферы функционирования Книг: КОП, функционирующих в сфере предоставления материальных услуг, и КОП, функционирующих в сфере предоставления духовных услуг.

Адресат-администратор представляет собой обобщенный образ, в одной и той же КОП для его номинации могут быть использованы как существи-

тельные множественного числа (господа руководители) в 3 % случаев, так и единственного числа (директор) в 4 % случаев, подавляющее же число записей содержат лишь обращения на «вы». Использование авторами указанных вариантов обращения к администратору можно квалифицировать как следование нормам официального общения. В подавляющем количестве случаев (94 % текстов КОП) авторы обращаются к незнакомым им людям, при этом авторы не знают, сколько человек является организаторами учреждения, поэтому адресанты обобщенно обращаются к организатору (-ам) в соответствии со своими представлениями о них.

Адресат-сотрудник чаще всего является единственным (58,5 %), хотя может быть и коллективным адресатом (41,5 %), при этом 20,5 % записей содержат существительные, обобщенно обозначающие исполнителей (персонал, сотрудники), а 20 % – пофамильное или поименное перечисление адресатов. Приведем примеры единичного адресата в РЖ КОП:

(1) Милая Лиана Николаевна! Поздравляю вас с новым годом. Спасибо, что вы хорошо и профессионально относитесь к пациентам. Я всегда благодарна.

Приведем примеры коллективного адресата КОП:

(2) Уважаемые сотрудники парикмахерской «Анита» у вас очень плохая красящая смесь. Что теперь прикажете мне делать с цветом волос. Вашу работу теперь не закрасишь не убьешь! Жуть!!!

(3) Саша и Оксана очень вкусно готовите! Денег вам побольше! Николаев

Между автором и адресатом-руководителем до момента написания реплики в КОП взаимодействия не было, в то время как адресат-сотрудник до любой записи в КОП всегда напрямую общаются с автором, именно этот фактор влияет на формирование обобщенного образа адресата-руководителя, а так же на тип отношений, складывающийся между автором и адресатом-исполнителем.

Перейдем к рассмотрению следующего параметра.

3. Описание образа адресата по типу отношений и статусному параметру

Отношения между автором и адресатом строятся, исходя из оппозиции «близкий / далекий». Близкий адресат для автора – это друг, подруга, родители, близкие родственники и проч. [6].

Для выявления сущности корреляций «близкий / далекий» может быть использовано понятие личной сферы говорящего. По мнению Ю. Д. Апресяна, личную сферу говорящего образуют «сам говорящий и все, что ему близко физически, морально, эмоционально или интеллектуально» [1, с. 37 – 67].

Близкий адресат не представлен в исследуемом речевом жанре. Образ далекого адресата встречается в 83 % записей, в 57 % случаев адресат и адресант не знают друг друга (случаи обращения к руководителю), но можно назвать случаи (9 %), когда адресат-сотрудник находится в промежуточной зоне между «близким и далеким». Проиллюстрируем это примерами:

(1) Прекрасное обслуживание кассира Галины! Просто красавица, прелесть! Быстрота, внимание, такт и обаяние – всегда!!! Умничка-девочка!

(2) Мы выражаем огромную благодарность санитарке Людмилке! Такая заботливая прям как дочка! спасибо...

В приведенных примерах адресат находится в промежуточной зоне между «близким и далеким». Из приведенных примеров видно, что адресат благодарности как бы входит в зону близкого окружения адресанта (использование имен существительных с уменьшительно-ласкательными суффиксами для характеристики адресата), но тем не менее сохраняет и признаки дальнего адресата (указывая на профессиональную принадлежность адресата-сотрудника, автор осознает, что действия адресата продиктованы не только его личностными качествами, но и его обязанностями как сотрудника сферы обслуживания).

Для коммуникативной ситуации, в рамках которой реализуется речевой жанр КОП, характерна асимметричность коммуникативных ролей партнеров по общению, то есть разное положение участников коммуникации по отношению к тексту. Сфера предоставления услуг и реализации товаров регламентирована условиями делового общения, каждый участник деловой коммуникации имеет свой социальный статус, соотносимый с правами и обязанностями сторон. КОП представляет собой фактор, регулирующий взаимодействие потребителя и администратора. Клиент приобретает услуги и товары, он заинтересован в качестве приобретаемого. Администратор заинтересован продать услугу (товар), в его интересах сохранить старых клиентов и приобрести новых. Как отмечает Л. П. Крысин, существенным компонентом социальной роли является ожидание, соотносимое с правами и обязанностями индивида, с допустимым коммуникативным поведением в конкретной социальной ситуации [3, с. 43]. Клиент ожидает качественно выполненной услуги, администратор ожидает оценки услуг и товаров клиентами. Поэтому существенным признаком коммуникации клиент – администратор является общение, в русле которого коммуникативная роль клиента в коммуникации выше роли администратора. Нами выделены следующие статусно-ролевые характеристики: администратор, сотрудники сферы услуг, потребитель услуг, пишущий жалобы/отзывы/предложения/благодарности.

Проанализировав материал, мы пришли к выводу: КОП представляет собой речевое образование, где коммуникация осуществляется с учетом официально-деловой сферы общения. Адресант осознает, что адресат для него, в первую очередь, официальное лицо, заинтересованное в продаже услуг и товаров, нацеленное на формирование положительного имиджа его организации как предприятия, соблюдающего права потребителя, нормы официального общения, создающего положительный эмоциональный фон обслуживания. Поэтому официальный образ адресата можно назвать ключевым параметром для развертывания текста адресантом в максималь-

ном его приближении к официально-деловому языку. При этом образ адресата распадается на две группы: адресат-сотрудник, с которым автор до записи в КОП вступает в непосредственный контакт, и адресат-администратор, который мыслится автором обобщенно и который регламентирует деятельность как всей сферы деятельности, в которой функционирует КОП, так и деятельности, осуществляемой исполнителем. При этом администратор всегда является «избранным читателем» КОП, что подразумевается самой функцией рассматриваемого РЖ.

Литература

1. Апресян, Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37 – 67.
2. Богин, Г. И. Речевой жанр как средство индивидуации / Г. И. Богин // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – Вып. 1.
3. Крысин, Л. П. Речевое общение и социальные роли говорящих / Л. П. Крысин // Социально-лингвистические исследования. – М., 1976.
4. Лебедева, Н. Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования / Н. Б. Лебедева // Вестник БГПУ: гуманитарные науки. Изд-во БГПУ, 2001. – №1.
5. Седов, К. Ф. Языковая личность и речевые жанры / К. Ф. Седов, И. Н. Горело // Основы психолингвистики. – М., 1998. – С. 145 – 154.
6. Сухотерина, Т. П. «Поздравление» как гипержанр естественной письменной русской речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. П. Сухотерина. – Кемерово, 2007.
7. Тюкаева, Н. И. Студенческое граффити как жанр естественной письменной русской речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. И. Тюкаева. – Барнаул, 2005.
8. Федосюк, М. Ю. Комплексные жанры разговорной речи: «утешение», «убеждение» и «уговоры» / М. Ю. Федосюк // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург, 1996.