ОБЪЯВЛЕНИЕ КАК ЖАНР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

© Ван Мо

ADVERTISEMENT AS A GENRE OF PROFESSIONAL DISCOURSE

Wang Mo

The article defines the concept of professional discourse and advertisement as its genre, highlights the relevance of the conducted research, provides coverage of various scientific approaches, related to the concept of discourse, and examines discourse types distinguished by scientists. While comparing institutional and professional discourse, we define the necessary components of professional discourse such as communication participants, the aim of communication, and a prototype venue of communication. Further, an advertisement, which has not been viewed from this perspective, is analyzed as one of verbal communication genres in professional environment. Based on the analysis of definitions for this genre in reliable dictionaries, a conclusion is made that the essence of the advertisement is a message. The article presents a classification of the advertisements most studied in linguistics. The concept of advertisement as a speech genre of professional discourse is defined as a message composed by experts to perform social functions. Finally, professional discourse advertisements studied in linguistics are grouped in the following way: marriage advertisements, theatre advertisements, stock advertisements, dating advertisements, job advertisements, etc. Theoretical conclusions are exemplified by a job advertisement. The analysis of the advertisement makes it possible to conclude that the fundamental feature of this type of communication is the social significance of the target of action.

Keywords: professional discourse, institutional discourse, advertisement, speech genre, message, job advertisement.

В статье освещаются различные точки зрения по поводу термина «дискурс», рассматриваются выделяемые учеными разновидности дискурса, обосновывается актуальность проведенного исследования. В процессе сопоставления институционального и профессионального дискурсов определяются необходимые компоненты для признания дискурса профессиональным: участники общения, цель общения, прототипное место общения. Далее анализируется один из способов реализации общения между людьми в профессиональной среде – речевой жанр объявления, который ранее практически не являлся объектом исследования в данном аспекте. В результате анализа дефиниций, определяющих исследуемый жанр в авторитетных словарях, автор заключает, что сущность объявления – сообщение о чём-либо. В статье представлены типы объявлений, которые наиболее изучены в лингвистической литературе. С учётом сущности профессионального дискурса определяется понятие объявления как речевого жанра профессионального дискурса: это сообщение, составленное специалистами для выполнения своих социальных функций. Выделяются следующие подвиды жанра объявления в рамках профессиональных дискурсов: брачное, театральное, биржевое, объявление о знакомстве, объявление о приёме на работу и др. Теоретические заключения проиллюстрированы примером – представлено объявление о приеме на работу. На основе анализа объявления выделен основополагающий признак данного типа общения – социальное значение цели действия.

Ключевые слова: профессиональный дискурс, институциональный дискурс, объявление, речевой жанр, сообщение, объявление о приеме на работу.

В современной лингвистической литературе имеется большое количество определений понятия «дискурс», однако до сих пор не выработано его единое терминологическое определение, которое было бы закреплено во всех специальных словарях и справочниках. Профессиональная разновидность дискурса, следовательно, в исследовательских работах также трактуется по-

разному. На современном этапе развития языкознания ещё нет глобальных исследований, касающихся разработки общей концепции профессионального дискурса, что определяет своевременность данного исследования. Цель представленной работы – уточнить сущность понятия «профессиональный дискурс» и рассмотреть объявление как жанр профессионального дис-

курса. Объектом данной работы стал профессиональный дискурс и одна из форм его реализации – объявление.

Сначала необходимо остановиться на самом понятии «дискурс». В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» отмечается, что дискурс – это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и др.) факторами» [Арутюнова, с. 136–137]. По мнению В. И. Карасика, дискурс – это текст, погруженный в ситуацию реального общения [Карасик, с. 278]. Как было замечено в процессе исследования, определение понятия «дискурс», разработанное В. И. Карасиком, принято большинством учёных и используется как основное в их научных трудах.

«Начав с определения самого понятия и выявления его признаков, разработки основных принципов дискурс-анализа и составления универсальных схем и моделей дискурсивных практик, исследователи перешли в сферу описания конкретных дискурсов» [Агеева, с. 7]. Несмотря на то, что к настоящему времени всё ещё не установлены единые критерии, с учётом которых могли бы выделяться те или иные виды дискурсов [Биче-оол, Мальцева, с. 25], на данный момент в большинстве работ принимается разработанная В. И. Карасиком с позиции социолингвистики типология дискурсов, которая предполагает анализ данного явления с точки зрения его участников и обстоятельств общения. На основании этих критериев автором выделяются два типа дискурса: личностно-ориентированный и статусно-ориентированный дискурсы, последний из которых, по мнению В. И. Карасика, может иметь характер институциональный [Карасик, с. 289]. Нужно пояснить, что институциональный дискурс – это специализированная клишированная разновидность общения, происходящая между представителями социальных групп, институтами или между институтами и людьми, реализующими свои социальные возможности в рамках сложившихся общественных институтов. «Две стороны общения при этом могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с правилами поведения данного социума» [Там же, с. 280]. Мы же, вслед за Е. И. Головановой, рассматриваем профессиональный дискурс как «вербально опосредованную коммуникацию, процесс контролируемого взаимодействия субъектов профессиональной деятельности, характеризующийся определённым комплексом норм, стереотипов мышления и поведения» [Голованова, с. 32]. Л. С. Бейлинсон в своей работе понимает профессиональный дискурс как «общение

профессионалов между собой или с теми, кто к ним обращается за консультацией или за профессиональной помощью» [Бейлинсон, с. 145]. В представленных определениях указывается тип участников общения – субъекты профессиональной деятельности или, конкретнее, специалисты; а также указывается цель данного общения – получить консультацию либо профессиональную помощь. Цель коммуникации важна, ведь обстоятельства общения являются существенными факторами при анализе дискурса с позиции социолингвистики.

Попытки теоретически разграничить два понятия – институциональный дискурс и профессиональный дискурс – были предприняты лингвистами, например, А. О. Стеблецовой, которая в результате анализа отечественной и зарубежной литературы пришла к выводу, что в отечественной теории дискурса понятие институционального дискурса считают максимально широким и к нему относят понятие профессионального дискурса [Стеблецова, с. 28]. По нашему наблюдению, большинство исследователей понимает профессиональный дискурс как разновидность институционального. Мы также относим профессиональный дискурс к одной из групп институционального дискурса.

Как пишет В. И. Карасик, для определения типа институционального общения необходимо учитывать такие моменты, как статусно-ролевые характеристики участников общения, цель общения, прототипное место общения [Карасик, с. 282]. Профессиональный дискурс есть институциональный, поэтому при определении этого понятия также важно учитывать все вышеизложенные моменты. В этом отношении видится верным определение «профессиональный дискурс – это язык, созданный профессионалами со специальным образованием, чтобы выполнять действия на рабочем месте» [Кочемасова, Воронина, с. 146]. Здесь «рабочее место» можно рассматривать широко, любое пространство, в котором специалисты совершают профессиональную деятельность для того, чтобы выполнять свои социальные функции. Также ещё можно увидеть, что концепция «рабочее место» имеет отношение к общественной должности, социальной функции субъектов профессиональной деятельности. Нельзя не согласиться с мнением Л. С. Бейлинсон, что «профессиональный дискурс базируется на специальной подготовке как минимум одного из участников такого дискурса и тематическом ограничении общения рамками соответствующей предметной деятельности» [Бейлинсон, с. 146]. Исходя из вышеизложенных моментов, можно сделать вывод, что основными компонентами данного ви-

да дискурса являются, во-первых, участники общения – как минимум один из них – специалист в той или иной сфере; во-вторых, цель общения – выполнение (коммуникантами) задачи для социально значимого результата. Именно цель профессиональной деятельности определяет тематику общения и образ его устройства. Для того чтобы добиться желаемого результата, участникам необходимо вести себя в рамках принятых в соответствующей профессиональной среде правил и стандартов. И, в-третьих, прототипное место общения – рабочее место, которое обеспечивает социальную значимость деятельности участников общения.

Таким образом, мы выдвигаем следующее определение понятия «профессиональный дискурс»: профессиональный дискурс – одна из разновидностей институционального дискурса, общение профессионалов в качестве представителей социальных групп с целью выполнения социально значимых задач на рабочем месте. Субъекты в этом случае (минимум один из них) должны иметь специальную подготовку. Кроме того, важно отметить, что самый яркий признак данного типа общения – социальное значение действия.

По мнению учёных, профессиональный дискурс, «как любые семиотические формы, можно разделить на разговорные, письменные или визуальные, составляемые и составляющие социальные и доменные контексты» [Кочемасова, Воронина, с. 147]. Одним из способов реализации общения между людьми в профессиональной среде является «объявление» как речевой жанр. Объявления, которые функционируют в рамках профессионального дискурса, составляют часть корпуса реализации данного вида дискурса в устной или письменной форме. Проанализировав определения «объявления» в ведущих на сегодняшний день словарях, мы сделали вывод, что сущность объявления – это сообщение.

Объявление как речевой жанр разных дискурсов привлекло внимание учёных и неизбежно стало объектом их исследований, в которых делалась попытка выяснить его особенности в разных аспектах: лексическом, семантическом, синтаксическом и др. Более всего в лингвистической литературе изучены такие типы объявлений, как административное, рекламное, брачное, театральное, биржевое, объявление о знакомстве, объявление о приёме на работу и т. д..

Основываясь на вышесказанном, следует определить «объявление» как речевой жанр профессионального дискурса – это сообщение, составленное специалистами для выполнения своих социальных функций. Адресанты и адресаты

сообщения такого типа могут быть профессионалами в определенной сфере деятельности. посредством объявлений проводится обсуждение различных вопросов между специалистами или предоставляется консультация специалистов по данной проблеме. Исходя из этого определения, следует выделить группу объявлений профессионального дискурса, в которую входят рекламное, театральное, биржевое, объявление о приёме на работу, последние три из которых стали актуальными в связи с развитием рыночной экономики, проведением в стране экономической реформы в период после распада СССР.

В качестве примера можно представить объявление о приёме на работу, которое является письменным жанром сферы подбора персонала – дискурса трудоустройства:

В сеть магазинов верхней одежды требуются грамотные продавцы!

Кого мы хотим в своей команде: самоорганизованных сотрудников, готовых совершать личные продажи; работать в торговом зале; привлекать клиентов возле торгового зала / магазина.

Требования: готовность к ненормированному графику работы, быстрая обучаемость; твёрдое намерение зарабатывать деньги; желателен опыт работы в продажах; карьерный рост.

Условия: (выплата з / п – ЕЖЕНЕДЕЛЬНО); Зарплата от 10000Р в неделю + бонусы. График 6 / 1, с 10.00 до 20.00 [Авито – объявления в Казани].

В объявлении, которое было размещено на Интернет-сервисе «Avito» в рубрике «Вакансии», сообщается информация об открытой вакансии менеджера по продажам. С одной стороны, адресантом данного сообщения являются работники отдела кадров сети магазинов верхней одежды – профессионалы в своей области, с другой – адресаты объявления – все заинтересованные читатели, имеющие специальную подготовку в сфере продаж одежды или не имеющие, но готовые работать в магазине в соответствии с предъявляемыми требованиями (в объявлении указывается, что опыт работы желателен, но не обязателен). Сообщение рассчитано на широкую аудиторию, главная цель его составителей – найти посредством объявления среди массы читателей квалифицированного и ответственного работника, второстепенная цель – сделать это так, чтоб звонили только нужные кандидаты. На данном примере можно увидеть, что в общении в рамках профессионального дискурса минимум одна сторона из субъектов должна иметь специальную подготовку, а основополагающий признак данного типа общения – социальное значение цели действия.

В заключение отметим, что важнейшие критерии, на основании которых дискурс признаётся профессиональным, – это наличие участников-специалистов, их социальное назначение. Объявление как речевой жанр профессионального дискурса – это сообщение, составленное специалистами для реализации своей социальной роли на рабочем месте. Поскольку объявление профессионального дискурса ранее практически не являлось объектом исследования, требуется его дальнейшее изучение.

Список литературы

Авито – объявления в Казани. URL: <https://www.avito.ru/kazan> (дата обращения: 24.02.2019).

Агеева Ю. В. Внеязыковые особенности рекрутингового дискурса // Филология и культура. Philology and Culture. 2014. №4(38). С. 7–10.

Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия: 1990. 688 с.

Биче-оол Ч. В., Мальцева В. М. Профессиональный и непрофессиональный дискурс: к определению понятий // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. 2017. № 21. С. 25–29.

Бейлинсон Л. С. Профессиональный дискурс как предмет лингвистического изучения // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн. 2009. № 1 (9). С. 145–149.

Голованова Е. И. Профессиональный дискурс, субдискурс, жанр профессиональной коммуникации: соотношение понятий // Вестник ЧелГУ. Сер. Филология. Искусствоведение. Вып. 73. 2013. № 1 (292). С. 32–35.

Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

Кочемасова Д. Р., Воронина Е. Б. Профессиональный дискурс // Вестник Марийского государственного университета. 2018. Т. 12. № 2. С. 146–151.

Стеблецова А. О. Национальная специфика делового дискурса в сфере высшего образования (на материале англоязычной и русскоязычной письменной

коммуникации): дис. ... д-ра филол. наук: Воронеж, 2015. 500 с.

References

Avito – obnavleniia v Kazani [Avito – Advertisements in Kazan]. URL: <https://www.avito.ru/kazan> (accessed: 24.02.2019). (In Russian)

Ageeva, Yu. V. (2014). *Vneiazykovye osobennosti rekrutirovogo diskursa* [Extralinguistic Features of Recruiting Discourse]. *Filologiya i kul'tura. Philology and Culture*, No. 4 (38), pp.7–10. (In Russian)

Arutiunova, N. D. (1990). *Diskurs* [Discourse]. *Lingvisticheskii ehntsiklopedicheskii slovar'*. 688 p. Moscow, Sovetskaya ehntsiklopediya. (In Russian)

Biche-ool, Ch. V., Mal'tseva, V. M. (2017). *Professional'nyi i neprofessional'nyi diskurs: k opredeleniiu poniatii* [Professional and Non-professional Discourse: Defining Concepts]. *Vestnik Hakasskogo gosudarstvennogo universiteta im. N. F. Katanova*, No. 21, pp. 25–29. (In Russian)

Beilinson, L. S. (2009). *Professional'nyi diskurs kak predmet lingvisticheskogo izucheniia* [Professional Discourse as the Subject of Linguistic Studies]. *Vestn. Volgogr. gos. un-ta. Ser. 2, Yazykozna*, No. 1 (9), pp.145–149. (In Russian)

Golovanova, E. I. (2013). *Professional'nyi diskurs, subdiskurs, zhanr professional'noi kommunikatsii: sootnoshenie poniatii* [Professional Discourse, Subdiscourse, Genre of Professional Communication: Comparison of Notions]. *Vestnik ChelGu. Ser. Filologiya. Iskusstvovedenie*. – Vyp. 73, No. 1 (292), pp. 32–35. (In Russian)

Karasik, V. I. (2002). *Iazykovoii krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [The Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. 477 p. Volgograd, Peremena. (In Russian)

Kochemasova, D. R., Voronina, E. B. (2018). *Professional'nyi diskurs* [Professional Discourse]. *Vestnik Mariiskogo gosudarstvennogo universiteta*, T. 12, No. 2, pp. 146–151. (In Russian)

Stebletsova, A. O. (2015). *Natsional'naia spetsifika delovogo diskursa v sfere vysshego obrazovaniia (na materiale angloiazychnoi i russkoiazychnoi pis'mennoi kommunikatsii): dis. ... d-ra filol. nauk* [National Features of Business Discourse in Higher Education (on the basis of English-Russian Written Communication): Doctoral Thesis]. Voronezh, 500 p. (In Russian)

The article was submitted on 25.03.2019

Поступила в редакцию 25.03.2019

Ван Мо,
аспирант,
ассистент,
Казанский федеральный университет,
420008, Россия, Казань,
Кремлевская, 18.
522127385@qq.com

Wang Mo,
graduate student,
Assistant Professor,
Kazan Federal University,
18 Kremlyovskaya Str.,
Kazan, 420008, Russian Federation.
522127385@qq.com