УДК 811.111’42

ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК КАТЕГОРИАЛЬНОЕ СВОЙСТВО ТЕКСТА

Захарова Марина Сергеевна, старший преподаватель, кафедра английского языка, факультет иностранных языков, Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Гомель, Беларусь

marina-za@tut.by

Настоящая статья посвящена вопросам рассмотрения диалогичности как одной из универсальных категорий текста. В статье дается определение понятия диалогичность, приводятся классификации форм и разновидностей диалогичности, а также устанавливается структура категории диалогичности с позиций современной лингвистики. Исследование проводится на материале текстов разной стилевой и жанровой принадлежности.

Ключевые слова: диалогичность; адресованность; интертекстуальность; авторизация.

DIALOGUENESS AS THE CATEGORIAL PROPERTY OF THE TEXT

Zakharova Marina Sergeevna, senior teacher, Foreign Languages Department, Gomel State University named after F. Scorina, Gomel, Belarus

marina-za@tut.by

The article is devoted to the questions of dialogueness as one of the common categories of the text. The article gives the definition of the term dialogueness and provides the classifications of the forms and types of dialogueness and its structure from the perspective of modern linguistics. The research is carried out on the texts of various styles and genres.

Keywords: dialogueness; address; intertextuality; authorisation.

Введение. Текст является объектом изучения многих поколений исследователей. Рассмотрение текста в диалогическом аспекте связано с именем М.М. Бахтина и высказанной ученым мыслью об адресованности всякого речевого высказывания, что, с одной стороны, проявляется в направленности последнего на адресата (разного характера, разных степеней близости, конкретности, осознанности и т.п.), а, с другой стороны, в его способности выступать ответом, реакцией на предшествующие высказывания.

Идея М.М. Бахтина об одновременной направленности высказывания и вперед к адресату, и назад к существующим до него высказываниям составила основу так называемого диалогического понимания текста, а свойство текста, проявляющееся в его направленности на адресата, получило название диалогичность.

В настоящее время термин «диалогичность» трактуют с разной степенью широты, а исследование диалогичности проводится в разных направлениях.

Цель работы. Целью настоящей статьи является определение понятия диалогичность в современной лингвистике, а также выявление форм и разновидностей диалогичности на материале текстов разной стилевой и жанровой принадлежности.

Материалы и методы исследования. Материал исследования составили работы отечественных и зарубежных исследователей последних десятилетий в рамках обозначенной проблематики, а критерием отбора репрезентативного материала явилась его стилевая и жанровая разноплановость.

Результаты исследования и их обсуждение. Анализ имеющегося объёма знаний по вопросу изучения диалогичности как одной из универсальных текстовых категорий показал, что данное понятие трактуется с разной степенью широты в зависимости от цели и задач проводимого исследования. Так, М.Н. Кожина определяет понятие «диалогичность» в связи с характеристикой категорий русскоязычной письменной научной речи как «выраженное в тексте средствами языка взаимодействие общающихся, понимаемое как соотношение двух или более смысловых позиций, как учет адресата (в широком смысле, в том числе и второго Я), отраженный в речи, а также эксплицированные в тексте признаки собственно диалога [1, с. 36].

В зависимости от субъекта диалогических отношений М.Н. Кожина разграничивает следующие *формы* диалогичности письменной научной речи: *«разговор с другим» упоминаемым лицом* (схем атично эта форма обозначена как «Я – Он, Они»);
сопоставление или столкновение двух и более различных точек зрения по данному вопросу
(«Он 1 – Он 2»; если эти точки зрения, анализируясь, оцениваются автором, то «Он 1 – Он 2 – Я»);
разговор с читателем
(«Я – Вы, Мы с Вами»);
разговор со своим вторым
«Я», как диалог разных логик с целью проверки доказательств («Я1 – Я2») [1, с. 68].

По характеру отношений между коммуникантами М.Н. Кожина выделяет *разновидности*

диалогичности письменной научной речи, такие как
вопрос-ответ
,
диалог-унисон
(совпадение, близость мнений, дополнительное разъяснение, проявление положительных оценок и эмоций),
диалог-спор
(реплики-противоречия, несогласия, с негативной оценкой) и
перевод темы в другую плоскость
(переход к новой теме) [Там же].

Опираясь на исследование М.Н. Кожиной, Н.А. Красавцева рассматривает диалогичность письменной научной речи на материале английского языка и определяет диалогичность как «форму существования языка, которая выражается в наличие признаков диалога во всякой речи, и учете реакции адресата в языковых особенностях высказывания» [2, с. 1]. Разграниченные Н.А. Красавцевой *формы* и *разновидности* диалогичности англоязычной письменной научной речи, совпадают с формами и разновидностями диалогичности, установленными М.Н. Кожиной на материале русскоязычного научного текста.

А.В. Чуханова исследует диалогичность рекламного текста, которая понимается как «опосредованный диалог адресанта и адресата с целью активизации посткоммуникативной деятельности последнего» [3, с. 123]. Рассматривая *виды* диалогичности рекламного текста, А.В. Чуханова разграничивает рекламные сообщения с
эксплицитной
и
имплицитной
диалогичностью. При этом в рекламных текстах с эксплицитной диалогичностью выделяются такие
модели
развертывания диалога как
диалог-расспрос, диалог-инструкция
и
диалог-комментарий
[Там же].

В более поздних работах обозначенные М.Н. Кожиной и другими исследователями
формы
диалогичности определяются как

виды диалогических отношений
, а диалогичность начинает рассматриваться как совокупность нескольких видов диалогических отношений. Так, Е.В. Белоглазова, отождествляя понятие диалогичности с понятием адресованности
,
определяет последнюю как «материализованную в ткани текста программу интерпретации текста, представляющую собой совокупность средств опосредованного регулирования автором текста процесса понимания его текста читателем» [4, с. 7] и рассматривает ее как совокупность следующих видов диалогических отношений:
межсубъектных
(между автором и читателем),
междискурсных
(между автором и другими авторами или самим собой) и
внутритекстовых
(в рамках одного текста между его частями) [Там же].

Сигналами (маркерам, средствами выражения) *межсубъектной* (*интерсубъектной*) диалогичности Е.В. Белоглазова называет элементы, намерено акцентируемые автором в силу их особой значимости для адекватного понимания замысла текста читателем; к сигналам
междискурсной
(
межтекстовой
) диалогичности относит различные виды интекстов, включенных автором в структуру текста произведения: цитат, аллюзий, реминисценций, а в рамках
внутритекстовой
диалогичности рассматривает околотекстовые элементы (заглавие, подзаголовок, эпиграф, предисловие, посвящения, завершающий и внутритекстовые комментарии), образующие систему авторского комментария и представляющие собой «маркеры программы интерпретации произведения, задающие ее более или менее эксплицитно» [Там же, с. 13].

Однако наиболее распространенным в настоящее время является описание диалогичности в терминах категорий, как своеобразной макрокатегории, включающей в себя ряд других категорий. О.В. Романова, например, рассматривает диалогичность на материале текстов газетного интервью и осуществляет изучение диалогичности в рамках категорий *адресованности* (как направленности речи на конкретного адресата) и
интертекстуальности
(под которой понимается наличие в речи участников коммуникации «конкретно авторских или анонимных голосов на всех этапах складывания текста», иными словами, интертекстуальных элементов) [5, с. 119].

С.А. Чубай, изучая диалогичность на материале текстов политической рекламы, определяет ее как «свойство текста (высказывания), отражающее отношение говорящего и слушающего, субъекта и адресата речи» [6, с. 14] и осуществляет деление диалогичности на *внешнюю* (основу которой составляет адресованность) и *внутреннюю* (основу которой составляют включенные в авторский текст «чужие» высказывания, т.е. интертекстуальность).

Помимо обозначенных О.В. Романовой и С.А Чубай категорий *адресованности* и *интертекстуальности*, Е. А. Кучугурная включает в структуру диалогичности научного текста категорию *авторизации,* основу которой составляют средства идентификации и выражения авторского присутствия в тексте [7].

Заключение. Таким образом, несмотря на различия в терминологии, в большинстве исследований по заданной проблематике диалогичность определяется как своеобразная макрокатегория, включающая в себя разные виды диалогических отношений или ряд других категорий (в терминологии некоторых исследователей). Следует также отметить, что все большую актуальность в настоящее время приобретает вопрос о согласованности разных уровней диалогичности и особенностях их взаимодействия друг с другом.

Список литературы:

1. Кожина, М.Н. О диалогичности письменной научной речи: учеб. пособие по спецкурсу / М.Н. Кожина; Пермск. гос. ун-т им. А.М. Горького. – Пермь, 1986. – 91 с. – Лит.: С. 90. – Прил.: 16 с.
2. Красавцева, Н.А. Выражение диалогичности в письменной научной речи: (на материале англ. языка): автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.04 / Н.А. Красавцева; Одесск. гос. ун-т им. И.И. Мечникова. – Одесса, 1987. – 15 с.
3. Чуханова, А.В. Виды диалогичности рекламного текста / А.В. Чуханова // Текст в лингвистической теории и методике преподавания филологических дисциплин:

материалы III Междунар. науч. конф., Мозырь, 12–13 мая 2005 г.: в 2 ч. / Мозырск. гос. пед. ун-т им. И.П. Шамякина; редкол.: С.Б. Кураш (отв. ред.) [и др.]. – Мозырь, 2005. – Ч. 1. – С. 123–124.

4. Белоглазова, Е.В. Лингвистические аспекты адресованности англоязычной детской литературы: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.В. Белоглазова; Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб, 2001. – 16 с.

5. Романова, О.В. Адресованность газетного интервью / О.В. Романова // Система и среда: Язык. Человек. Общество: материалы Всерос. науч. конф., Нижний Тагил, 19–20 апр. 2007 г. / НТГСПА; редкол.: В.П. Конева [и др.]. – Нижний Тагил, 2007. – С. 205–222.

6. Чубай, С.А. Диалогичность современной политической рекламы: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.01 / С.А. Чубай; Волгоградск. гос. ун-т. – Волгоград, 2007. – 22 с.

7. Кучугурная, Е.А. Глаголы речевой деятельности как средство реализации прагматических характеристик научного дискурса: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.19 / Е.А. Кучугурная; Минский гос. лингвист. ун-т. – Минск, 2009. – 29 с.