

УДК 81'42

НАМЕРЕННОЕ И НЕНАМЕРЕННОЕ ЗАТЕМНЕНИЕ СМЫСЛА ТЕКСТА

А.А. Дьякова

Статья посвящена рассмотрению затемнения смысла текста как весьма распространенного и в ряде случаев востребованного феномена коммуникативной практики. Разграничивается намеренное (целенаправленное) и ненамеренное затемнение смысла текста. Описаны коммуникативные цели автора, определяющие намеренное усложнение смысла текста: разделение реципиентов по признаку «свой – чужой»; введение адресата в заблуждение по поводу сообщаемой информации; демонстрация высокого уровня осведомленности о референте, стремление произвести впечатление на читателя. В качестве причин ненамеренного затемнения смысла текста названы недостаток текстовой компетентности автора, формулирование мысли по ходу изложения, приведение текста в соответствие с формальными требованиями.

Ключевые слова и фразы: текст; коммуникативная цель; намеренное / ненамеренное затемнение смысла текста; текстовая компетентность.

INTENTIONAL AND UNINTENTIONAL VAGUENESS OF TEXT MEANING

A.A. D'yakova

The article is devoted to vagueness of the meaning of the text as a characteristic and in some cases a desirable feature of communication. The author analyses the deliberate (purposeful) and unintended "dimming" of the meaning of the text. The paper describes the communicative purposes of the author to create intentional dimming of the meaning of the text: to distinguish between "friend or foe"; to give confusing information; to display a high level of awareness about the referent, to make a certain impression. Such reasons for the unintended dimming of the meaning of the text, as lack of textual competence of the author, the formulation of thoughts during presentation, bringing the text into conformity with formal requirements, are analysed.

Keywords and phrases: the text; communicative purpose; intentional / unintentional vagueness of the meaning of the text; textual competence.

Текст как носитель информации, предназначенный для обмена ею в процессе общения людей, должен быть понятным; таково одно из главных условий эффективной коммуникации. Поэтому текст должен создаваться автором с установкой на обеспечение адекватного восприятия содержания текста адресатом (когда смысл текста и его содержание совпадают). Однако данное требование не всегда реализуется на практике. Нередко тексты составляются таким образом, что адресату трудно разобраться в их содержании и осознать их смысл даже в том случае, если он обладает достаточной текстовой компетентностью. Смысл текста остается неясным, нераскрытым, затемненным. А ведь известно, что «мы боимся того, чего не понимаем» (Б. Вербер), «из-за непонимания каждый день мы теряем своих близких, становимся одинокими» (И. Геворгян), «нас осуждают, потому что не понимают» (латинская пословица). В применении к деловым текстам неясность

изложения – путь к разрушению доверия к авторам и представляемым ими организациям, подозрительности, а в конечном счете к падению их социального или профессионального престижа. Таким образом, неясность текста имеет деструктивный характер и имеет прямое отношение к экологии коммуникации.

Понятие «затемнение смысла текста» активно применяется в разных видах дискурса (особенно научном и медийном), не подвергаясь, однако, специальному толкованию. Оно используется как заведомо понятное адресату, который, как и любой носитель языка, должен знать одно из значений слова «затемнить» – «перен. Сделать неясным; запутать. *Затемнить смысл чего-л.*» [Словарь русского языка 1999: 528]. Очевидно, затемнение смысла текста приводит к коммуникативной неудаче: с одной стороны, автор не смог передать информацию, остался непонятым, его требования не были выполнены (ожидания не были оправданы), с другой – адресат не получил нужную информацию и не смог отреагировать адекватно. Представляется, что ущерб понесли оба коммуниканта. Однако всегда ли можно с уверенностью утверждать, что из-за коммуникативной неудачи пострадали обе стороны, что запутывание адресата и его неадекватная реакция не были целью автора?

Как показывает практика, затемнение смысла текста может быть как целенаправленным, так и непреднамеренным. Если оно осуществляется автором намеренно, то чаще всего это обусловлено следующими коммуникативными целями:

1. Разделение реципиентов по признаку «свой – чужой». Определение круга «своих» и сохранение этого круга закрытым для «чужих» осуществляется разными средствами, в том числе вербальными. Для этого носители языка включают в свою речь диалектизмы (принадлежность к числу «своих» по территориальному признаку) и жаргонные единицы (принадлежность к числу «своих» по социальному признаку). Это справедливо и для коммуникации посредством текста, когда речевое произведение создается таким образом, чтобы осознать его смысл смогли только «посвященные», т.е. представители определенных социальных групп или субкультур: *Обилие сленговых выражений, в том числе английских, а также приём создания текста из разрозненных коротких фраз помогают автору затемнить смысл текста таким образом, чтобы он стал максимально непонятным для посторонних, чужих, непосвящённых людей, не принадлежащих к тусовке. С одной стороны, это вызвало волну ненависти и негодования, с другой... привлекло массу внимания к исполнителю и новому жанру. И если вы задались вопросами – что значит «скр скр скр», о чём песня Black Siemens? – значит, музыка Фараона достигла своей цели* (URL: <http://mnogosmysla.ru/smysl-pesen/smysl-pesni-pharaoh-black-siemens/> (дата обращения: 02.03.2016)). В качестве примера можно привести тексты, адресованные представителям одной из

молодежных субкультур, называемым анимешниками: *Здравствуй, анон. Образ ламповой тьян так или иначе пронизывает атмосферу Интернетов. Кто-то уже нашел свою лампу, кто-то в поисках... На мир одиночества, боли и отчуждения глазами тьян мало кто смотрит. А ведь хикки-тян точно такое же явление, что и обычный хикки...* (URL: https://vk.com/wall-56581017_6603 (дата обращения: 14.04.2016)); *Тяны лучшие кунов – с точки зрения эволюции... Куны сильнее тней – но тни хитрее и без всякой подготовки могут в манипуляцию. И покорят просторы вселенной куны. Но они бросят все это к ногам тней – просто потому что так завещала природа. Тни – это пропатченная версия кунов* (URL: <http://kopipasta.ru/pasta/11223/> (дата обращения: 14.04.2016)).

2. Введение адресата в заблуждение по поводу сообщаемой информации. Этой цели служит усложнение текста. Например, документные тексты иногда преднамеренно составляются таким образом, чтобы читающий не смог разобраться в их содержании: *В этом документе имеется много непонятных положений. Оно составлено очень хитро и путано. Практически невозможно дать ему правовую оценку потому, что в нем содержатся положения различных форм взаимоотношений сторон подписавших это Соглашение. <...> На мой взгляд, это сделано для того, чтобы этот документ не был предан публичной огласке, публичным обсуждениям и во избежание ратификации* (URL: <http://archive.aiaaira.com/novosti/27-novosti/obshchestvo/1463-pravitelstvo-podpisalo-khityryj-i-zaputannyj-dokument> (дата обращения: 12.02.2016)).

Известны многочисленные юридические споры, связанные с оформлением договоров, расписок, доверенностей, а именно, с невозможностью однозначного толкования их сложного синтаксиса, использования шрифтовых «ловушек», сносочной информации, которая составляет дополнение к основному тексту и не всегда воспринимается адресатами как важная, доминантная часть информации документа. Такие документы не соответствуют требованию точности, не допускающей множественности толкований, их нельзя считать речевыми произведениями, содержащими один-единственный текст с одним-единственным смыслом (по [Гаузенблас 1978]). Это произведения со скрытым смыслом, создание и бытование которых противоречит этике деловой коммуникации. Тем не менее подобные тексты широко применяются в коммуникативной практике, чем обусловлена востребованность такого вида работы с текстами, как их лингвокриминалистический анализ, направленный на выявление и описание скрытых смыслов. Приведем фрагмент юридически доказанного мошенничества в составлении усложненного текста договора с затемненным смыслом документа: *П. 2. Настоящей доверенностью уполномочивает <...> представлять интересы во внедренческих процессах продукта Общества и продукции Общества в*

различного рода государственных, муниципальных и частных программах по сбережению, при осуществлении различного рода рекламных мероприятий в отношении продукции Общества и продукта Общества и иных маркетинговых акций по расширению сети сбыта продукции Общества, принимать участие на выставках с целью презентации продукции Общества неопределенному кругу лиц, распространять продукцию, производимую Обществом, под товарным знаком, принадлежащим Обществу, в том числе через третьих лиц, представлять интересы Общества в органах и организациях, в иных, административных и правоохранительных органах, органах дознания, прокуратуре и иных правоохранительных органах, в том числе в Судах судебной системы Российской Федерации, <...> Министерстве образования РФ, и иных государственных органах, с полномочиями, какие предоставлены законом заявителю, истцу, защитнику лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в том числе с правом знакомиться с материалами дела, делать копии, с правом подписания, подачи и истребования заявлений и других документов, с правом подачи жалоб, жалоб в порядке, надзора, с правом подписания искового заявления, явление его в суд, передачу спора на рассмотрение третейского суда, предъявление встречного иска, полный или частичный отказ от исковых требований, уменьшение их размера, изменение предмета или основания иска, обжалование судебного постановления, предъявление исполнительного документа к взысканию, заявления отводов и ходатайств, получения решения суда, определений, получения и истребования необходимых документов в административных и иных органах, предъявления исполнительного листа к исполнению, с правом получения почтовой корреспонденции (объем приводимого предложения больше страницы). Неэмоциональный характер синтаксиса, повторяемость одних и тех же слов и оборотов, обилие устоявшихся словесных формул притупляет внимание читателя, не имеющего регулярной практики работы с подобными текстами, и провоцирует его реагировать стереотипно, в соответствии со своей социальной ролью, – довериться компетентным лицам, составившим документ.

Целью автора также может быть введение в заблуждение не самого адресата, а других лиц, которым может стать известно содержание текста: Э-, значит, э-э, пригласил к себе-е местный лекарь. Значит, и-и с грустным видом сообщил, что всё, значит, все обречены, ноль... Значит, э-, вчера пригласил больного с женой... Там, ну, формальности кое-какие, э-э... Потом сказал, что в течение двух недель больного, значит, уведомят, пришлют эпикриз... Ну, а потом, сказал, получаете на руки, а через десять дней можете подойти и ознакомиться с историей болезни. Вот так. / А-а, я понял (из стенограммы телефонного разговора). В данном фрагменте обсуждается возможность закрытия за взятку уголовного

дела «больного», т.е. лица, в отношении которого это дело заведено. Затемнение смысла достигается не путем структурного усложнения текста, как в предыдущем примере, а с помощью иносказания, при котором речь идет якобы о лечении болезни, макулатуре, починке «дизеля» и т.д.

3. Демонстрация высокого уровня осведомленности о референте, попытка произвести впечатление на читателя. Как правило, для этого авторы прибегают к нарочитому усложнению формы текста путем использования специальной терминологии, вербономинантов, абстрактной лексики, усложненного синтаксиса, и наукообразность действительно может затемнять смысл текста. Однако во многих случаях авторов подобных речевых произведений ждет коммуникативная неудача: адресат осознает, что за сложным изложением скрывается простое содержание, и негативно оценивает искусственное усложнение текста. Примером может послужить Интернет-отзыв под названием «Конструктивная критика» (полужирным шрифтом представлены фрагменты подвергающегося критике наукообразного текста):

...без оригинальной идеи смешно выглядит стиль изложения, когда сначала идет достаточно абстрактная формулировка мысли, затем нагромождение наукообразных терминов, некая метафора, якобы позволяющая прояснить сформулированную мысль. И только после, специально для тупых, может последовать «понятное» сравнение. А может и не последовать: действительно, зачем тупым еще что-то разжевывать. Например, слова

Хаос движения формы и неосознаваемая энтропия информации, понимаемая как рассеивание информационного поля.

за которыми следует гораздо более понятное сравнение:

Такой бачок столовского чая: вроде много, вроде цвет есть, только вот вкус и аромат подводят.

...вот теперь мы видим фрактальность информационного пространства, единый многосторонний кристалл, который, будучи воспроизведенным многократно, и являет собой всеобъемлющую картину изначального малого кристалла информационного кванта.

Я поздравляю автора, если он может увидеть такое... (URL: <http://written.ru/articles/technologies/internet/korolev> (дата обращения: 02.03.2016)).

В приведенном примере отрицательную оценку получает текст, представленный как оригинальный, однако на самом деле являющийся результатом вторичной текстовой деятельности: *Он [автор] взял некоторую идею, выразил ее в письменной форме, а потом стал «приукрашивать» написанное* (URL: <http://written.ru/articles/technologies/internet/korolev>

(дата обращения: 02.03.2016)). Подобное «приукрашивание» является весьма частотным при вторичном текстообразовании.

Безусловно, основные цели затемнения смысла текста могут быть и иные, их список может быть продолжен. В любом случае целенаправленное затемнение текста предполагает намеренное использование языковых средств и способов его построения, затрудняющих переработку читателем информации, содержащейся в тексте, на одном или нескольких этапах – восприятия, понимания и / или интерпретации. На этапе восприятия происходит ознакомление адресата с поверхностной структурой текста, на этапах понимания и интерпретации – осознание глубинной структуры текста. Применяя комплекс лингвистических и экстралингвистических средств регулятивности, автор, обладающий высокой текстовой компетентностью, может влиять на читательское восприятие на каждом из этих этапов.

Однако, как уже было сказано, затемнение смысла текста не всегда является намеренным. Понимание текста может быть затруднено в результате использования автором слов, не несущих смысловой нагрузки и лишь «перегружающих» восприятие текста адресатом. Так, А.Э. Мильчин выделяет 14 групп «типичных словесных излишеств», приводящих к многословию, которое «всегда затемняет основную мысль автора, ослабляет действенность печатного слова, делает его менее доступным» [Мильчин 2005]. Не всегда подобное многословие специально направлено на затемнение смысла текста или усыпление бдительности адресата. Одной из причин многословия, следствием которого становится ненамеренное затемнение смысла текста, является стремление автора «выиграть время» для формулирования мысли по ходу устного изложения, когда может быть заранее не определена не только синтаксическая структура фразы, но и сама идея. Другой причиной ненамеренного затемнения смысла может служить желание автора увеличить объем текста, привести его в соответствие с некими формальными требованиями. Необходимость сократить текст тоже может привести к затемнению его смысла, если в процессе сокращения будет нарушена последовательность развёртывания содержания текста (выпадение значимых элементов логической цепи) или будут опущены какие-либо текстообразующие концепты. И наконец, еще одной причиной непреднамеренного затемнения смысла текста часто становится недостаток текстовой компетентности автора, т.е. знаний об организации и функционировании текста, умения их интерпретировать и навыков порождения различных текстов в зависимости от коммуникативных задач [Болотнова 2009: 248].

Названные причины не связаны со стремлением адресанта повлиять на восприятие сообщаемой информации адресатом, затемнение смысла текста становится в этих случаях

«побочным эффектом». Восприятие, а следовательно, и понимание текста может затруднять абзацное членение, не соответствующее смысловой структуре текста (когда почти каждое предложение представлено новым абзацем или, наоборот, когда деление на абзацы недостаточно), обилие уже упомянутых «словесных излишеств», перегруженность текста лексикой ограниченной сферы употребления, опечатки в письменном тексте, неоправданная усложненность структуры текста, повторение одной и той же информации, назойливая эмотивная тональность (т.е. «информационные шумы (загрязнение)», «помехи» [Дьякова 2015; Ионова 2011, 2014; Полудина. URL: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Poludina_2011_5.pdf (дата обращения: 25.02.2016)]).

Обобщая сказанное, можно объединить причины затемнения смысла текста в две группы: 1) намеренное затемнение смысла текста, связанное с желанием автора достичь определенной коммуникативной цели: разделить реципиентов по признаку «свой – чужой», ввести адресата в заблуждение по поводу сообщаемой информации, продемонстрировать высокий уровень осведомленности о референте, произвести впечатление на читателя; 2) ненамеренное затемнение смысла текста из-за недостатка текстовой компетентности автора, формулирования мысли по ходу изложения, стремления привести текст в соответствие с некими формальными требованиями. Отметим, что разграничение указанных причин – задача непростая. Доказать, что смысл текста затемнен намеренно, что у автора была соответствующая цель, иногда можно только путем лингвокриминалистического анализа. Отдельного изучения и систематизации требуют средства и способы затемнения смысла текста на разных этапах его создания автором и осознания читателем. Кроме того, рассмотренные в данной статье причины затемнения текста связаны с фактором адресанта, поэтому перспективным представляется также исследование этого явления с учетом фактора адресата.

Список литературы

- Болотнова Н.С. Текстовая компетентность // Н.С. Болотнова. Коммуникативная стилистика текста: Словарь-тезаурус. М.: Флинта: Наука, 2009. 384 с.
- Гаузенблас К. О характеристике и классификации речевых произведений // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 8: Лингвистика текста. М.: Прогресс, 1978. С. 57–78.
- Дьякова А.А. Лингвоэкологический аспект адаптации текста // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 1. С. 198–215.
- Ионова С.В. Вербальная коммуникация с позиций ортобиотики // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 2. С. 44–54.
- Ионова С.В. К вопросу о признаках экологичности текстовой коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание. 2011. № 1 (13). С. 190–197.

Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. М.: Логос, 2005. 524 с.

Полудина В.П. Информационный шум в интернете как проблема потребления коммуникации. URL: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Poludina_2011_5.pdf (дата обращения: 25.02.2016).

Словарь русского языка: в 4-х т. / под ред. А.П. Евгеньевой. Т. 1. М.: Русский язык, 1999. 702 с.

References

Bolotnova N.S. Tekstovaya kompetentnost' [Textual competence]. *Kommunikativnaya stilistika teksta: Slovar'-tezaurus [Communicative stylistics of text: Thesaurus]*. М.: Flinta Publ.: Nauka Publ., 2009. 384 p.

Gauzenblaz K. O kharakteristike i klassifikatsii rechevykh proizvedenij [On characterization and classification of speech works]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Issue 8: Lingvistika teksta [New trends in foreign linguistics. Issue 8: Text linguistics]*. М.: Progress Publ., 1978. Pp. 57–78.

D'yakova A.A. Lingvoehkologicheskij aspekt adaptatsii teksta [Linguoecological aspect of adaptation of a text]. *Ehkologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*. 2015. № 1. Pp. 198–115.

Ionova S.V. Verbal'naya kommunikatsiya s pozitsij ortobiotiki [Verbal communication from the standpoint of orthobiotech]. *Ehkologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*. 2014. № 2. Pp. 44–54.

Ionova S.V. K voprosu o priznakakh ehkologichnosti tekstovoj kommunikatsii [To the question about the signs of ecological compatibility of text communication]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 2: Yazykoznanie*. 2011. № 1 (13). Pp. 190–197.

Mil'chin A.EH. Metodika redaktirovaniya teksta [Methods of text editing]. М.: Logos Publ., 2005. 524 p.

Poludina V.P. Informatsionnyj shum v internete kak problema potrebleniya kommunikatsii [Information noise in the Internet as a problem of consumption of communication]. Available at: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Poludina_2011_5.pdf (accessed 25.02.2016).

Slovar' russkogo yazyka [Dictionary of the Russian language]: in 4 vol. Vol. 1. М.: Russkij yazyk Publ., 1999. 702 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Дьякова Анастасия Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры языкознания

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Россия, 400131, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, 27, ВГСПУ, ауд. 0430

E-mail: twinsi@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR:

D'yakova Anastasiya Alekseevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Linguistics

Volgograd State Socio-pedagogical University

Room 0430, 27 V.I. Lenina prospect, Volgograd 400131 Russia

E-mail: twinsi@mail.ru