

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5503786>

УДК 81'42

Васильева Н.А.

Васильева Наталья Александровна, старший преподаватель, Смоленский государственный университет, Россия, 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4. E-mail: nat_vassilieva@mail.ru.

Эгоцентризм брачных объявлений (на материале немецкого языка)

Аннотация. Статья посвящена проблеме языкового эгоцентризма. Эгоцентрическая концепция освещается как частное проявление антропоцентризма с выраженной ориентацией на саморефлексирующего субъекта речи, на его «Я». Дается общая характеристика эгоцентрических текстов. На примере брачных объявлений демонстрируется самопрезентативная функция эгоцентрических текстов и принцип построения текста, при котором композиционно-смысловым ядром является личность автора объявления, его Я-концепт. В эгоцентричном тексте брачного объявления находят своё языковое отражение не только фрагменты Я-концепта самого автора, но и его отношение к реалиям современной жизни.

Ключевые слова: антропоцентризм, эгоцентризм, эгоцентрический текст, Я-концепт, эгоцентрики, самопрезентация, брачные объявления.

Vasileva N.A.

Vasileva Natalya Alexandrovna, senior lecturer, Smolensk state University, Russia, 214000, Smolensk, ul. Przheval'skogo, 4. E-mail: nat_vassilieva@mail.ru.

Egocentrism of Marriage Announcement Texts (on the Material of German)

Abstract. The article is devoted to the problem of linguistic egocentrism. The egocentric concept is highlighted as a particular manifestation of anthropocentrism with a pronounced focus on the self-reflexive subject of speech, on his "self". A general characteristic of egocentric texts is given. The example of marriage announcements demonstrates the self-presentational function of egocentric texts and the principle of text construction, in which the compositional and semantic core is the personality of the author of the announcement, his self-concept. In the egocentric text of marriage announcements not only fragments of the author's self-concept are linguistically reflected, but also his attitude to the realities of modern life.

Key words: anthropocentrism, egocentrism, egocentric text, egocentrals, self-concept, self-presentation, marriage announcements.

Антропоморфность свойственна всему человеческому опыту. Все знания, которые мы имеем о мире, человеке и месте человека в этом мире – т.е. наша «картина мира» - восходят к нашему непосредственному чувственному опыту. Информация, исходящая от внеш-

него мира, активно запечатлевается, усваивается и перерабатывается индивидом.

Антропоцентризм (от греч. *άνθρωπος* — человек и лат. *centrum* — центр) как имманентно присущее языку свойство подразумевает, во-первых, субъектность высказывания, то есть, обязательное наличие у любого высказывания создавшего

его речевого субъекта, во-вторых, локализованность высказывания в пространстве и времени относительно говорящего. Как способ описания, представления, моделирования языковой системы антропоцентризм предполагает повышенное внимание к изучению языка «с учетом той доминирующей роли, которая принадлежит порождающему и интерпретирующему его человеку» [9, с. 3-4]. Соблюдение принципа антропоцентризма в лингвистическом исследовании предполагает анализ не только «чисто» языковых явлений, но и сопутствующих им экстралингвистических факторов, таких как мотивы и интенции говорящего, ситуация общения (локальные, темпоральные характеристики, канал общения), коммуникативные функции речевого сообщения, коммуникативные стратегии и тактики говорящего и т.д.

Среди антропологических исследований особое место занимают эгоориентированные исследования, в центре которых находится не просто человеческий фактор и его роль в языке, а человек как носитель личностного и индивидуального начала, рефлексивно осознающий свою самотождественность и конструирующий свою идентичность в дискурсивных практиках [1; 3; 4; 6; 9 и др.]. Эгоцентрическая концепция является особым проявлением антропоцентризма с явно выраженной ориентацией на субъект речи и, в первую очередь, на его «я» («его»). Оба понятия – антропоцентризм и эгоцентризм – связаны друг с другом логическим отношением «общее – частное».

Личность человека, его Я – одна из фундаментальных категорий философии, психологии, социологии и других наук. Вопрос, что означает быть последовательной, самотождественной и идентифицируемой личностью, интересовал многих философов от Аристотеля до Р. Декарта, от И. Канта до Г.-Г. Гадамера, исследованию феномена Я посвятили свои труды многие психологи, например, А.Н. Леонтьев, И.С. Кон, З.Фрейд, А. Адлер, К.Г. Юнг, Э. Эриксон, Э.Фромм, Г. Олпорт, Дж. Келли, А. Маслоу, К. Роджерс [обзор см. 11], со-

циологи Г. Зиммель, Ч. Г. Кули, Дж. Г. Мид и др.

Размышляя об эволюции содержания категории «Я», М.А. Можейко подчеркивает его фактическую изоморфность историко-философской традиции в целом: от экзистенциально-персоналистской трактовки Я, подчеркивающей его самодостаточный и монолоизирующий характер, через объективистски-социальные воззрения на сущность человеческого Я, включенного в социальную структуру и интерагирующего в ней, к рефлексивному Я в духе «философии диалога» с главенствующим принципом коммуникативности [7].

Языковой эгоцентризм определяется Е.Г. Хомяковой как «способность человека отражать в своем сознании, преломляя сквозь призму Я, образ окружающего его мира, частью которого он себя сознает и картину которого создает в процессе рече-мыслительной деятельности» [10, с. 220].

На основе сформировавшихся субъектно-объектных (я – мир) и субъектно-субъектных (я – другой человек) отношений индивидуум приходит к автосубъектным отношениям, т.е. к самосознанию. Осознание себя и своего Я тесно связано с механизмами эго-референции, т.е. способности соотносить себя и свою деятельность с окружающим миром в пространстве (эго-ориентация) и времени (эго-локация). В результате эго-референции антропространство преобразуется в эгопространство индивидуума, охватывающее темпорально-локативные характеристики его индивидуальной деятельности.

Эгоцентричность восприятия индивидуумом окружающего мира лежит в основе дейксиса, семантическое поле которого образует триада «я – здесь – сейчас/теперь». Каждый член дейктической системы наполняется говорящим индивидуальным смыслом в зависимости от его наличной позиции в социальном и культурном пространстве и времени. Б. Рассел в главе «Эгоцентрические слова» своего эссе «Человеческое познание, его сферы и границы» отмечал: «... то, что я называю

словом "здесь", необходимо отличается от того, что кто-нибудь другой называет словом "здесь"; и то, что я в данное время называю словом "теперь", необходимо отличается от того, что я назову "теперь" в другом случае, и от того, что другой человек назовет "теперь" в другое время» [8]. В этом состоит «существенная субъективность опыта каждого индивидуума» [там же]. Эгоцентричностью обладают также слова и грамматические структуры с семантикой модальности, оценки, уверенности/неуверенности и другие языковые явления, предполагающие выражение смысла с точки зрения говорящего.

Итак, антропоцентризм и эгоцентризм связаны друг с другом как целое и его часть. Точкой их пересечения является субъект. Однако «... антропоцентризм подразумевает субъектность высказываний средствами языка, эгоцентризм подчеркивает их субъективность» [3, с.179].

Природа эгоцентризма активно исследуется на материале так называемых эгоцентрических текстов. Данные тексты объединяет эксплицитное и имплицитное присутствие в композиционной и языковой структуре текста активного речевого субъекта, чаще всего заявляющего о себе в 1-ом лице и представляющего в тексте свою личную точку зрения о мире и своем месте в этом мире. «Создавая текст в прагматической перспективе собственного «Я», персонализированный субъект реализует тем самым и разные стороны своего диалогического взаимодействия с Миром, и собственные индивидуальные характерологические черты, интересы и воззрения» [4, с. 6].

Эгоцентрические тексты встречаются как среди литературно-художественных жанров (автобиографии, мемуары, дневники, эпистолярный жанр и т.д.), так и в повседневной коммуникации (различные авторизованные объявления, личные заявления, письма и т.д.) и могут быть как фикциональными, вымышленными, так и реальными, достоверными. Общим для данных эгоцентрических текстов является принцип создания текста, в котором в ка-

честве прагматического и композиционно-смыслового ядра используется местоимение «я», выдвигающее на передний план точку зрения субъекта высказывания. Кроме того, в подобных текстах зачастую обнаруживается скопление эгоцентрических языковых единиц, или эгоцентриков, под которыми понимаются «слова, грамматические категории, синтаксические конструкции, семантика которых подразумевает, в качестве одного из участников описываемой ситуации, говорящего» [8, с. 17].

К типологическим особенностям эгоцентрического повествования относятся также фрагментарность и гетерогенность, что обусловлено в первую очередь сложностью и многомерностью человеческой личности и её представлений о себе.

Основу человеческой личности и своеобразный ориентир в окружающем мире представляет собой «особая структура памяти, в которой представлена вся совокупность информации о личности и ее жизнедеятельности» - Я-концепт, прообразом которого послужила теория Я-концепции, предложенная У. Джемсом на рубеже XIX - XX веков и получившая развитие в трудах Ч. Кули, Дж. Мида, Э. Эриксона, К. Роджерса и др. ученых [5, с. 47].

Сведения, формирующие Я-концепт индивида, могут иметь разные источники и разный характер. Человек получает информацию о себе в процессе взаимодействия с другими людьми в результате прямых и косвенных оценок; сравнивая себя с другими людьми, наблюдая, анализируя и оценивая свои собственные качества; идентифицируя себя с какой-либо социальной группой или ролью и соотнося свои характеристики с социокультурно релевантными стереотипами. Н.Н. Болдырев выделяет в структуре концепта общенациональный, внутригрупповой, региональный и индивидуальный компоненты [2, с. 30]. Таким образом, Я-концепт может содержать как универсальную для всех членов общества или группы информацию (этническая принадлежность, гендерная и

возрастная характеристика, партийная принадлежность), так и строго индивидуальную (личный опыт).

Фрагменты Я-концепта задействуются в коммуникативных ситуациях, предполагающих артикуляцию своего Я или, другими словами, самопрезентацию. Самопрезентационная активность индивида может иметь различное выражение: акцентирование своего внешнего вида, использование социальных символов, например, для подчеркивания своего социального статуса, задействования невербального поведения. Однако самым ёмким средством репрезентации информации о себе и конструирования собственной идентичности является язык. Именно языковые средства выражения позволяют получить непосредственную и обширную информацию о Я-концепте индивида.

Охватить все содержимое Я-концепта в эгоцентрическом тексте в принципе невозможно, поэтому в самопрезентационном высказывании свое вербальное выражение находят именно те концептуальные признаки [там же, с. 29], которые соотносятся с коммуникативным намерением субъекта высказывания и с коммуникативной ситуацией.

Самопрезентативная функция эгоцентрических текстов может быть ярко проиллюстрирована на материале брачных объявлений (*нем. Heiratsanzeigen*) и объявлений с предложениями знакомства (*нем. Kontaktanzeigen*), так как они несут в себе отражение личностных характеристик и параметров автора как физического лица, языковой личности и участника институционального общения, т.е. в них присутствует фрагмент Я-концепта автора.

Брачные объявления представляют собой неспонтанные публичные тексты, адресованные потенциальному партнеру и инициирующие его ответную реакцию, описывающие желаемые отношения и включающие параметризацию личности адресанта и/или адресата. Данные тексты полифункциональны, они выполняют самопрезентативную, информирующую, фатическую, апеллятивную, активирующую,

манипулирующую функции. В силу коммерческого характера авторам брачных объявлений приходится быть максимально лаконичными и точными в выборе языковых средств. Институциональный характер брачных объявлений проявляется в тяготе к стандарту и клишированности, однако стремление к коммуникативному успеху в условиях конкуренции стимулирует креативность адресантов, приносит момент экспрессии и речетворчества в брачное объявление.

Эгоцентрический характер брачного объявления объясняется тем, что в прагматическом плане данный тип текста строго ориентирован на привлечение потенциального партнера к личности отправителя с целью достижения необходимого перлокутивного эффекта – установления определенных отношений. Иначе говоря, композиционный центр такого текста образует личность автора объявления, описываемая им относительно координат «я – здесь – сейчас», его Я, тщательно отобранные фрагменты которого выражаются автором как эксплицитно (в автоминациях, эгоатрибутивной лексике и т.д.), так и имплицитно (за счет лингвокреативности, создания комического эффекта и т.д.) с помощью эгоцентрических языковых единиц разного уровня.

Fühlen! Suche empathischen, attraktiven, gerne jüngeren, dominanten Mann, der mich Kopfmensch (w, 51, 1,78 m, 79 kg, studiert, tätowiert, geimpft) verführt. Gerne (politisch) gebildet, links, nicht nur für Körperliches, sondern auch für Literatur, Theater, Musik unterschiedlichster Art, Natur/wandern/reisen. (Coolibri 09.08.2021)

Приведенный пример женского объявления о знакомстве наглядно демонстрирует эгоцентрический принцип построения текста. Объявление сформулировано от 1-го лица (*suche, mich*), хотя само местоимение *ich* в тексте опущено из соображений языковой экономии.

В зачин текста вынесен инфинитив глагола *Fühlen!* (*чувствовать*) в форме восклицательного предложения, который находится в оппозиции выбранной авто-

ром объявления автономии *Kopfmensch* (человек, руководящийся рас-судком, а не сердцем), а также канализирует внимание реципиента и служит апелляцией к потенциальному партнеру. Желание автора окунуться в мир чувств и эмоций поддерживается лексемой *verführen* (увлечь, соблазнить, оболыцать).

В эгоатрибутивной части автор перечисляет некоторые характеристики своей личности: кроме традиционных параметров - пола, возраста, роста и веса, удостаивается внимания также наличие высшего образования, татуировки и прививки! В альтератрибутивной части объявления (описании образа потенциального партнера), представленной именным словосочетанием [suche] *empathischen, attraktiven, gerne jüngeren, dominanten Mann* ([ищу] чуткого, привлекательного, доминантного мужчину, можно моложе), также присутствует эгоцентрическая единица *gerne* (охотно), в которой автор объявления реализуется как субъект желания. Повторно данное наречие употребляется в начале обособленного многокомпонентного перечислительного ряда с описанием дополнительных желаемых характеристик потенциального партнера и возможных совместных увлечений. Такие перечислительные конструкции встречаются в брачных объявлениях достаточно часто и, как правило, относятся как к альтератрибутивной, так и к эгоатрибутивной части, поскольку предполагается наличие общих интересов у автора и будущего партнера.

Автор данного объявления как эгоцентр всего текста меняет несколько семантических ролей: в восклицательном зачине *Fühlen!* адресант выступает одновременно и субъектом речи, и субъектом восприятия; в словосочетании *gerne jünger* автор присутствует и как субъект сознания (оценочная модальность), и как субъект дейксиса (говорящий как своеобразная точка отсчёта) [ср. 8, с. 42-47]. За счёт насыщения текста эгоцентриками автор добивается эффекта личного присутствия, что немаловажно для достижения комму-

никативного эффекта в рамках дискурса брачных объявлений.

Будучи документом индивидуальной биографии, данное объявление несет в себе и отпечаток исторической эпохи, а именно упоминание об имеющейся прививке однозначно относится к текущей пандемии коронавирусной инфекции. Здесь необходимо отметить, что это не единичный случай, когда автор брачного объявления высказывает свою позицию относительно вакцинирования. Реалии современного мира диктуют авторам новые условия. Интересно, что своё отношение к прививкам чаще тематизируют женщины. Так, из 152 объявлений, опубликованных в журнале *Coolibri* за период с конца июня по начало августа 2021 года, вакцина, так или иначе, упоминается в 6 объявлениях, авторы всех шести объявлений женского пола. Наряду с негативными упоминаниями (*imfrei, impfunwillig, keine geimpften Männer*), встречаются и такие примеры:

Geimpft, genesen, getestet? Sind das eigentlich jetzt die Kriterien der Partnerwahl? ;-) *Wenn Du (m, 49+, 185 cm+, gern mit Bart und Bauch) Lust hast, mich (w, 49, 173 cm) analog kennenzulernen, dann ran an die virtuelle Tinte und los. Freu mich auf nette und bebilderte Zuschriften. PS: Ja, ich bin geimpft. ;-)* (*Coolibri*, 08.07.2021)

Автор данного объявления задаётся вопросом, неужели вакцинированность, перенесенное заболевание и сделанные тесты теперь становятся критериями выбора партнера. При этом причастие *geimpft* (привитый) обрамляет весь текст в качестве кольцевого повтора, и последний элемент данного повтора одновременно разрешает интригу автора по поводу её собственного статуса вакцинации (*PS: Да, я привита.*).

Эгоцентризм, являясь частным проявлением антропоцентризма, выступает принципом порождения многих типов текстов, в центр которых помещается рефлектирующий субъект. Общая для конкретного социума и неповторимая для каждого из его представителей картина мира, преломляясь сквозь призму оценивающего Я,

находит свое оформление в *мысли* и выражение - в *языке*. Брачные объявления как эгоцентрические тексты являются продуктом самопрезентационной активности индивидов. Однако, помимо фрагментов Я-концепта автора брачные объявления от-

ражают и дух времени, становятся своеобразными документами исторической эпохи, под влиянием которой авторы объявлений высвечивают те или иные качества, имеющие ценность на данный конкретный момент времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абросимова Н. Г. «Инсценированный» эгоцентризм как принцип смысло-речевой организации текстов в реальной коммуникации // Исследования языка и современное гуманитарное знание. 2019. Т. 1. № 1. С. 6–14.
2. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. Изд. 3-е, стер. 123 с.
3. Гончарова Е. А. Лингвостилистический аспект интерпретации эгоцентрических текстовых структур // Stylistics and Kozhina / Stylistyka. XIV. Opole: Uniwersytet Opolski, 2005. С. 175-189.
4. Гончарова Е. А., Ньюбина Л. М. Я – ТЕКСТ – МИР. СПб.: Политтехника-сервис, 2016. 211 с.
5. Кашкина О.В. Я-концепт сквозь призму самооценочных высказываний // Вестник ВГУ, Серия «Язык и межкультурная коммуникация». 2004. №1. С. 47 – 53.
6. Костомаров П.И. Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. №2 (58). Т.1. С. 198 - 203.
7. Можейко М. А. Я // Новейший философский словарь. 3-е изд., исправл. Минск: Книжный Дом. 2003. С. 1249-1250.
8. Падучева Е.В. Эгоцентрические единицы языка. М.: Издательский Дом ЯСК, 2018. 440 с. (Studia philologica.)
9. Рассел Б. Человеческое познание, его сферы и границы. 1948. // Электрон. дан. Режим доступа URL: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000722/st003.shtml> (дата обращения: 11.08.2021)
10. Хомякова Е.Г. Эгоцентризм речемыслительной деятельности. Изд-во Санкт-Петербургского университета. 2002. 220 с.
11. Хомякова Е.Г. Языковой эгоцентризм. Уровни актуализации // Англистика в XXI веке. Материалы конференции. 22-24 ноября 2001 /Отв. ред. И.О. Рогожина. СПб., 2002. С. 220-227.
12. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности: основные положения, исследования и применение. 3-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2020. 608 с.
13. Coolibri. Режим доступа URL: <https://www.coolibri.de/kleinanzeigen/>

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Abrosimova N.G.«Inscenirovannyj» jegocentrizm kak princip smyslo-rechevoj organizacii tekstov v realnoj kommunikacii//Issledovanija jazyka i sovremennoe gumanitarnoe znanie.2019.T.1.№ 1.S.6–14
2. Boldyrev N. N. Kognitivnaja semantika: Kurs lekcij po anglijskoj filologii. Tambov: Izd-vo TGU im. G. R. Derzhavina, 2002. Izd. 3-e, ster. 123 s.
3. Goncharova E. A. Lingvostilisticheskij aspekt interpretacii jegocentricheskikh tekstovyh struktur // Stylistics and Kozhina / Stylistyka. XIV. Opole: Uniwersytet Opolski, 2005. С. 175-189.
4. Goncharova E. A., Njubina L. M. Ja – TEKST – MIR. SPb.: Polittehnika-servis, 2016. 211 s.
5. Kashkina O.V. Ja-koncept skvoz' prizmu samoocenochnyh vyskazyvanij // Vestnik VGU, Serija «Jazyk i mezhkul'turnaja kommunikacija». 2004. №1. S. 47 – 53.
6. Kostomarov P.I. Antropocentrizm kak vazhnejshij priznak sovremennoj lingvistiki // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2014. №2 (58). T.1. S. 198 - 203.
7. Mozhejko M. A. Ja // Novejšij filosofskij slovar'. 3-e izd., ispravl. Minsk: Knizhnyj Dom. 2003. S. 1249-1250.

8. Paducheva E.V. Jegocentricheskie edinicy jazyka. M.: Izdatel'skij Dom JaSK, 2018. 440 s. (Studia philologica.)
9. Rassel B. Chelovecheskoe poznanie, ego sfery i granicy. 1948. // Jelektron. dan. Rezhim do-stupa URL: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000722/st003.shtml> (data obrashhenija: 11.08.2021)
10. Homjakova E.G. Jegocentrizm rechemyslitel'noj dejatel'nosti. Izd-vo Sankt-Peterburgskogo universiteta. 2002. 220 s.
11. Homjakova E.G. Jazykovej jegocentrizm. Urovni aktualizacii // Anglistika v XXI veke. Materialy konferencii. 22-24 nojabrja 2001 /Otv. red. I.O. Rogozhina. SPb., 2002. S. 220-227.
12. H'ell L., Zigler D. Teorii lichnosti: osnovnye polozhenija, issledovanija i primenenie. 3-e izd. Sankt-Peterburg: Piter, 2020. 608 s.
13. Coolibri. Rezhim dostupa URL: <https://www.coolibri.de/kleinanzeigen/>

Поступила в редакцию 09.08.2021.

Принята к публикации 12.08.2021.

Для цитирования:

Васильева Н.А. Эгоцентризм брачных объявлений (на материале немецкого языка) // Гуманитарный научный вестник. 2021. №8. С.146-152. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2021/08/Vasileva.pdf>