

ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЧЕВОГО ЖАНРА ПРЕДЛОЖЕНИЕ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

А. Ю. Мельникова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

SEMANTIC AND PRAGMATIC ASPECTS OF THE SPEECH GENRE *OFFER/SUGGESTION/PROPOSAL*

A. Yu. Melnikova

Lomonosov Moscow State University

Аннотация: статья посвящена жанровым особенностям «предложения», которое в настоящее время активно используется в социально-бытовой и деловой сферах общения. Вместе с тем предложение как речевой жанр до сих пор полностью не изучен и не описан, в частности, не выделены семантические типы предложения, жанровые разновидности. Отчасти это объясняется тем, что в научной среде нет единого мнения относительно жанрового своеобразия предложения, что связано с гибкостью «предложения», особенностями функционирования в речи (спонтанность, ненавязчивость и пр.). В этой связи целью работы стала параметризация жанра «предложение» на основе анкеты, предложенной Т. В. Шмелевой, включающей в себя два основных блока (с учетом структурно-семантического и прагматического аспектов), описывающей основные жанровые параметры. Было выделено два основных семантико-прагматических типа: 1) предложение-помощь (передача объектов, которыми могут быть предметы, еда (угощение), информационные объекты; готовность выполнить действие, высказывание идеи); 2) предложение-просьба (сюда же относится приглашение, идея совместной деятельности, обмен, предложение руки и сердца). Особое внимание уделено второму блоку: композиционной структуре «предложения», которая вариативна (в зависимости от ситуаций и особенности современной речи) и может включать в себя отдельные тактические приемы. Перспектива дальнейших исследований заключается в изучении косвенных смыслов «предложения», когда возникают другие коммуникативные ситуации и соответственно тактические приемы.

Ключевые слова: речевой жанр «предложение», сфера общения, вербализация, анкета речевого жанра.

Abstract: the article is devoted to the genre features of the «offer/suggestion/proposal», which is currently actively used in the social, household and business spheres of communication. Despite its pervasive usage, the «offer/suggestion/proposal» as a speech genre remains a subject that is yet to be comprehensively studied and defined, particularly with regard to its semantic categories and genre variations. This lack of comprehensive understanding is partly attributed to the absence of consensus within the academic community regarding the genre uniqueness of the proposal, stemming from its flexibility and specific functions in speech (spontaneity, unobtrusiveness, etc.). In this regard, the aim of the work was to parameterize the genre of «offer/suggestion/proposal» based on a model of speech genre proposed by T. V. Shmeleva. This model encompasses two principal components, accounting for both structural-semantic and pragmatic aspects, thereby offering a detailed exposition of the key genre parameters associated with the «offer/suggestion/proposal». Two primary semantic-pragmatic types have been delineated: 1) offer-help, involving the transfer of objects such as items, food, or information, readiness to act, and the expression of ideas; 2) offer-request, encompassing invitations, proposals for joint activities, exchanges, and even marriage proposal. Particular emphasis is placed on the second component, which delves into the compositional structure of the 'sentence,' a structure that is variable and may incorporate distinct tactical techniques contingent upon situational and contemporary speech characteristics. Future research endeavors will



delve into the exploration of the indirect meanings conveyed through the «offer/suggestion/proposal» in response to various communicative scenarios, thereby shedding light on the corresponding tactical techniques that come into play.

Key words: *the speech genre «offer/suggestion/proposal», the sphere of communication, verbalization, model of speech genre.*

Введение

В настоящее время действительность диктует частое использование в речи (в особенности в разговорной и официально-деловой) коммуникативных конструкций, с помощью которых говорящий предлагает адресату угощение, помощь, услуги, рекламу, информацию, план, проект, совместную деятельность и пр. Заняв активную позицию в разных сферах современного дискурса, «предложение» вызывает особенный научный интерес, однако до сих пор не сложилось единого мнения относительно терминологии жанра, так как с точки зрения речевой деятельности и коммуникативной направленности «предложение» трактуется учеными по-разному. Например, предложение может быть описано как особенная интенция с точки зрения теории речевых актов (Дж. Л. Остин [1], Н. Д. Арутюнова [2]), теории жанров речи (М. М. Бахтин [3]; Т. В. Шмелева [4]; А. Вежбицка [5]) и теории средств речевого воздействия (Л. Л. Федорова [6], М. Ю. Федосюк [7] и др.).

В существующих классификациях речеактовых высказываний «просьбы» и «предложения» образуют в совокупности серлевские директивы [8, с. 37–38]. Как правило, «предложение» функционирует в ситуациях незапланированного, спонтанного общения и потому рассматривается большинством ученых как субжанр (например, Г. М. Ярмаркина отмечает, что «предложение» является жанровой разновидностью побуждения [9]). Однако в современной речи предложение может быть представлено в речи различными способами: 1) как «предложение», не требующее обязательной ответной реакции адресата (к примеру, реклама услуг, товаров или же предложение-приказ, предложение-требование), и тогда это единичный речевой акт; 2) как «предложение» в рамках мини-диалога, предполагающего согласие или отказ адресата (например, угощение, предложение помощи и т. д.), в таком случае можно говорить о субжанре; 3) наконец, как тщательно спланированное «предложение», полностью тактически продуманный диалог (например, предложение банковской услуги). Итак, «предложение» можно назвать речевым жанром, поскольку оно может быть представлено в виде отдельных речевых актов и имеет богатый тактический арсенал.

Под речевым жанром, следуя определению М. М. Бахтина, следует понимать относительно устойчивый тип высказывания, выработанный определенной сферой использования языка: «Каждое

отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые мы и называем речевыми жанрами» [3, с. 159], где высказывание – это обладающая смысловой завершенностью единица общения, ограниченная в потоке речи с двух сторон сменой речевых субъектов (отсюда целенаправленность, целостность и завершенность жанра). Похожим образом В. В. Дементьев определяет речевой жанр как «системно-структурный феномен, представляющий собой сложную совокупность речевых актов» [10, с. 170].

Все речевые жанры характеризуются триединством темы, композиции и стиля. Однако когда речь идет об определении конкретного речевого жанра, то перед исследователями возникают трудности, поскольку одни жанровые формы достаточно стандартизованы, а другие «гораздо гибче и пластичнее» [3, с. 181] и находятся в тесной взаимосвязи (или на границе) с другими жанрами. Именно так обстоит дело в случае с жанром «предложение», который имеет прямые смыслы (несколько разновидностей, поджанров) и косвенные (переход в другие жанры или на границу разных жанров).

Вместе с тем существует точка зрения В. С. Григорьевой, согласно которой предложение (наряду с советом и утверждением) является коммуникативной тактикой, встраивающейся в коммуникативную стратегию (убеждение) [11]. По мнению автора, речевая тактика, в отличие от стратегии, прежде всего, соотносена не с коммуникативной целью, а с набором намерений (задач), направленных на достижение цели. Именно поэтому языковые акты «предложения» (как побуждения) синтаксически индексированы модусом императивности. Действительно, чаще всего «предложение» выражается с помощью императивов и модальных глаголов, однако оно не всегда относится к аргументативному дискурсу, поскольку говорящий не всегда ставит себе целью убедить адресата (как, например, в ситуации угощения). Правильнее говорить о «предложении» именно как о жанре, который обладает семантико-прагматическими особенностями и отдельным набором тактических приемов и языковых средств, которые могут варьироваться в речи (с учетом степени заинтересованности, грамотности, опытности адресата).

Для характеристики «предложения» может быть взята анкета речевого жанра, предложенная Татьяной Викторовной Шмелевой [12]. На основе примеров,

взятых из основного корпуса «Национального корпуса русского языка» [13], были обозначены основные цели «предложения», особенности образов автора, адресата, а также дискурсивные особенности общения.

Структурные особенности

1. Дискурсивные особенности, событийное содержание. При описании важно учитывать комплекс факторов: место, время, ролевые взаимоотношения адресата и говорящего, сфера общения. Условно можно выделить неформальное и формальное общение. К неформальному относятся: 1) нейтрально-статусное общение (в социально-бытовой сфере; при общении статусы собеседников, как правило, симметричны, возможно обращение на «ты»; межличностные отношения имеют дружеский, доброжелательный характер, небольшая социальная дистанция); 2) условно-статусное общение (статус собеседника учитывается, но характер отношений неформальный); характер приятельских отношений между участниками общения; обращение на «Вы» при обращении к адресату или к нескольким адресатам («вы»); общение в социально-бытовой (например, между соседями) и деловой сферах общения (например, между коллегами). Формальное общение – статусно-ориентированное (официально-деловая сфера общения; обращение на «Вы»; большая социальная дистанция, использование этикетных формул, перформативов, выражающих высокую степень уважения к собеседнику и желание услужить ему или же подчеркивание собственного высокого статуса перед адресатом).

2. Безусловно, «предложение» (как и совет, рекомендация) относится к стадии планирования и принятия решений, моделирования будущих событий, поэтому важным оказывается **фактор коммуникативного будущего.**

3. Коммуникативные цели предлагающего могут быть разными (исходя из ситуации). Так, говорящий может: 1) выразить готовность помочь адресату в конкретной ситуации, если того пожелает адресат, помочь конкретным действием (искренне или из вежливости); 2) информировать, высказать идею, план реализации проекта, обсудить способы решения задачи, проблемы, оценить варианты; 3) попросить адресата выполнить конкретное действие (как правило, в виде просьбы) или выполнить совместное действие, выгодное для обоих, например, пригласить куда-либо, провести свободное время.

4. Говоря об «образе автора», важно учитывать социальный статус по отношению к собеседнику, степень осведомленности, знакомства и близости с адресатом, бескорыстности (желание помочь адресату или получить личную выгоду), эмоциональности высказывания и пр. Предлагая, автор может действо-

вать: 1) из личных интересов, желания получить личную выгоду (*Давай сначала ты поедешь и обо всем узнаешь, а я подъеду чуть позже*); 2) из общих интересов, желая побудить адресата (адресатов) выполнить действие, которое принесет положительный эффект для многих (*Ну кто, как не ты, может стать нашим председателем, а?*); 3) из интересов адресата (адресатов), из желания услужить, представить информацию (*Давайте я покажу вам, как звучит инструмент*) или просто из желания соблюсти нормы этикета.

Автор «предложения» не настаивает на своей точке зрения, подчеркивает, что адресат может и не выполнять действие (говорящий желает сохранить хорошие отношения с адресатом и создать ситуацию самостоятельного принятия решения). Именно поэтому в случае выражения «предложения» (в отличие от совета и рекомендации) нельзя использовать степень выражения признака (Magn/AntiMagn) [14]. Например, можно сказать: *Я тебе очень советую / Я вам настоятельно рекомендую*, но нельзя: *Я тебе очень / настоятельно... предлагаю*. Советуя, автор может заключить: *Это мой тебе совет* (подчеркивается убежденность автора в своей правоте), однако в конце «предложения» высказывание типа *Это мое тебе предложение* звучит неестественно.

5. «Образ адресата» предполагает, что: 1) адресат может испытывать нехватку чего-либо, нужду, быть недостаточно осведомленным, в связи с чем адресант выражает готовность помочь, совершить действие (или совместное действие) в пользу адресата (в форме вопроса и др.); 2) адресат находится в ситуации решения задачи, проблемы, поэтому адресант выражает готовность помочь и высказать идею по поводу решения проблемы (чаще в форме утвердительных предложений); 3) адресат потенциально может выполнить конкретное действие, поэтому адресант побуждает адресата к выполнению действия в форме предложения-просьбы, предложения-требования, указания, ультиматума и др.

6. С точки зрения образа прошлого «предложение» относится к инициальным речевым жанрам (в особенности в ситуации «предложения-помощи» и «предложения-побуждения») и может быть представлено как: 1) вопросительное предложение (*Не желаете ли чаю? А сам съездить туда и увидеть все своими глазами не хочешь?*); 2) повествовательное предложение (например, в случае предложения информационного объекта, идеи: *Позвольте представить мою новую разработку... Если тебе будет нужна моя помощь, я всегда рад помочь*); 3) побудительное предложение (*Угощайся; Давай ты сам сходишь туда?*). Например, в ситуациях угощения и помощи важным моментом является готовность и возможность автора выполнить действие в пользу адресата (и в некоторых случаях для себя).

Вместе с тем возможны ситуации, когда автор реагирует своим «предложением» (ответ на вопрос, просьбу адресата и др.). В этом случае возникают следующие реактивные модели (ответ): 1) ответ как повествовательное предложение в контексте высказываемой адресатом потребности в чем-либо (например, совет: – *Нужно найти пальто для спектакля. – У меня есть подходящее. – Давай*; рекомендация: – *Кого хотите предложить на эту должность? – Иванова, он точно справится*; предложение идеи совместной деятельности: – *Предлагай, куда сегодня пойти вечером. – Выбор небольшой: можно в театр или в парк*; 2) ответ как вопросительное предложение (– *Не знаешь, где можно дешевле купить? – А в этом интернет-магазине посмотреть не хочешь? – Можно*); 3) ответ как побудительное предложение (– *Никак не могу дозвониться до друга. Где его искать? – Попробуй позвонить его маме, возможно, она знает*).

Формальные особенности (языковое воплощение)

1. Особенности речевых конструкций.

Рассмотрим реплики-предложения, использующиеся в диалоге или полилоге при дружеском неформальном (нейтрально-статусном) или условно-формальном (условно-статусном) общении.

Чаще всего инициатор общения вербализует предложение с помощью **побудительных предложений**, в которых присутствуют императивы (иногда в сочетании с глаголами *хочешь, можешь*), чтобы получить положительный ответ, согласие со стороны адресата, например, во время предложения-угощения (*Давай я тебя угощу*); *Угощайся (Угощайтесь)*; *Бери-бери яблоко, оно вкусное, с моего огорода. Попробуй(те), понравится*), предложения-просьбы (*Попробуй. Аوصь получится?*), предложение иных объектов: *Давай (я) (тебе) + глагол буд. вр. СВ. (Давай я тебе скину / сброшу / отправлю?; Хочешь, возьми мою ручку. Можешь оставить себе, пригодится)*. Часто императивы являются этикетной формой предложения, например приглашения сесть, занять место: (*Если хочешь*) + императив (*(Давай) Садись. Проходи*), в статусно-ориентированном: (*Прошу*) *Садитесь, пожалуйста, (присаживайтесь) / Проходите, пожалуйста. Чувствуйте себя, как дома. Располагайтесь*. В ситуации предложения руки и сердца: *Выходи за меня замуж!*, *Будь (стань) моей женой!*, *Давай поженимся!*, *реже Женись на мне!*

Следующими по частоте использования идут **вопросительные предложения**. (*Личное местоимение*) + *Инфинитив?* (*Тебе сварить кофе?*, *Ты выйдешь за меня?*, *Станешь моей женой?*). Для выражения ненавязчивости предложения вопрос дополняется вводными словами, выражающими возможность и неуверенность: *Может (Может быть), (тебе) +*

(инфинитив СВ)+ что? (*Может, (тебе) (налить) чаю?*). Или: *Вам отправить? С Вами поделиться?* В случае предложения-просьбы используется тактика уточнения: (*Ну как, / Ну что,*) (*может, / может быть,*) *попробуешь (попробуете) ... сделать?*) и уговаривания: *Кто же, кроме Вас? Что скажете? Я думаю / На мой взгляд / Мне кажется, + у Вас получится / Вы могли бы с справиться с (этой задачей)...*

Чтобы выразить вариативность выбора и узнать о конкретных предпочтениях адресата используются модели (*Тебе Что? (или что?) (Чай, кофе?)*). Для уточнения физического состояния адресата и его желаемых действий, возможностей используются глаголы 2 л., ед. ч. (мн. ч.): (*Ты будешь + (что?) / (Ты) хочешь + (что? чего) / инфинитив СВ?? (Ты чай будешь?; Будешь чай?; Поедешь со мной?); Будешь? (+ жест)*). Или: (*Ты будешь + инфинитив НСВ / (Ты) хочешь* (далее в речи иногда дополняется императивом, используется тактика уговаривания путем рекламирования): *Хочешь отдохнуть? Или: Хочешь (Давай)+ глагол будущего времени 1 л., ед.ч. (– Хочешь, угощу тебя печеньем? Сама пекла. – Звучит заманчиво. Попробуем)*. В ситуации предложения объектов используется предикат *нужен*: (*Тебе (случайно) (не) нужно (нужен, нужна, нужны) + (что?) (– Твфли нужны? – Давай)*).

Для вежливого побуждения в ситуации предложения может использоваться отрицательная частица *не* в вопросах (*Не хочешь сходить в кино?*). Вопрос *Как насчет + чего?* также используется для побуждения адресата к выбору конкретного объекта, который может передать говорящий (*Как насчет кофе?*) или действия (например, досуга). Синонимичные конструкции *Почему бы (кому?) не + инфинитив (СВ)?; А не + инфинитив+ ли + (кому)?; А (что) если (кому?) + инфинитив (СВ)?* используются, когда речь идет о конкретном действии адресата (адресата и адресанта) (*А не сходить ли тебе в кино? Не сыграть ли нам в шахматы?*), но эти же конструкции могут использоваться как совет, если речь идет о решении жизненной ситуации (*А не сходить ли тебе к нотариусу?; Почему бы Вам не попробовать новое лекарство?*). Более шуточный характер приобретают высказывания с конструкцией *а не + инфинитив + ли нам* (*А не замахнуться ли нам на Вильяма, понимаете ли, Шекспира?*).

Повествовательные предложения предполагают использование *модальных предикатов*, актуализирующих различные аспекты каузируемого действия (*могу, можешь, можете*): *Могу (тебе, Вам) предложить (только, лишь) + что?* (ситуация ограниченного выбора). Чаще всего в реактивных предложениях: – *Поест ничего нет? – Могу предложить только суп / Больше ничего нет / Увы, мне тебе*

больше нечего предложить. Или: – Я не могу спать без валидола. – Могу предложить только рюмку коньяка. – Даже лучше! – сказал Изя.

Синтаксически предложение может эксплицироваться условными отношениями с помощью частицы *бы*, союза *если...*, *то...*: *Если ты (Вы) не против, то...; Если хочешь, (Я) + могу + инфинитив СВ (или глагол буд. вр. СВ) + тебе + что? / кого?* Часто выражается личное мнение (*Я думаю (по-моему, на мой взгляд, я считаю), тебе можно (лучше) + инфинитив СВ*), неуверенность адресата (*может, может быть, по-моему и др.*), с целью уменьшить психологическое давление на адресата, помочь ему принять правильный выбор.

В ситуации предложения идеи (как совета) используются конструкции: *Может (быть), тебе + стоит / стоит / надо / не надо / инфинитив СВ инфинитив СВ* (тактика утешения: *Может, всё еще можно исправить? Попробуй позвонить своему другу*). Или: *Хорошо (неплохо) + (было) бы + (тебе) + инфинитив* (предложение-пожелание).

Возможно и имплицитное выражение «предложения» с помощью конструкции: *У меня есть + что? / кто? (– У меня есть борщ. – О, давай, с удовольствием поем. Я так проголодался)*. Или: *Насколько я знаю... (Насколько я знаю, ему можно позвонить по телефону...)*.

Реже используются фразеологизмы, пословицы, поговорки, устойчивые выражения как тактика аргументации. Например, в ситуации приема гостей: *Угощайтесь, гости дорогие, чем Бог послал; Прошу (к столу). (Небогатый Филат,) чем богат, тем и рад. Соловья баснями не кормят (=хватит разговаривать), давайте лучше пить чай*. В ситуации предложения-приглашения: *Садитесь. В тесноте – не в обиде*. В ситуации совместного действия: *Давай вместе подумаем. Одна голова хорошо, а две лучше и др.*

Наконец, реже всего в социально-бытовой сфере общения используются перформативы. Так, при неформальном общении и обращении к нескольким адресатам используется модель: *Предлагаю + глагол СВ (почитать, поиграть)*. Или в ситуации застолья (тост): *Предлагаю поднять бокалы и выпить за + что? / тост за + что? кого?* Часто в дружеском неформальном общении перформативы воспринимаются с иронией, поскольку относятся к деловому дискурсу (*Предлагаю не ходить на занятия*. Или: *Есть предложение. Нет возражений?*).

Наиболее подробно и четко «предложение» как жанр оформляется при **статусно-ориентированном общении**, поскольку предполагает церемониальность и последовательность ожидаемых со стороны адресата действий. Чаще используются в основном повествовательные и вопросительные предложения.

При обсуждении плана действий, предложении информационных объектов, научных разработок используются главным образом **повествовательные** и **перформативные** высказывания: *Предлагаю (предлагаем) (Вашему вниманию) / Рады предложить (представить) (к рассмотрению кого?) + что? (= Я хочу представить + что? = Представляю + что?)*. Или же используется этикетная формула *Мы хотели бы / Мы готовы предложить (представить) Вам + что? (продукцию) (+ где?) / + инфинитив СВ / + сложноподчиненное предложение с союзом чтобы*. Или: *(Мы / я) + глагол настоящее время, НСВ + (вам) + что? При необходимости (в случае чего?) (мы) будем рады оказать помощь (в чем?)*. Реже в настоящее время в ситуации угощения используются конструкции со словом *позвольте* (*Позвольте угостить Вас + (чем?)*).

Частотны предикаты, выражающие готовность (*готов*), возможность (*могу*) и др. (*Мы готовы (можем) предоставить скидку*). Предпочтительными являются этикетные формулировки с союзом *если*: *(В связи с ...) / (Если хотите / желаете), (мы) готовы / можем / хотим (наша компания готова / может) + предоставить / предложить кого? + (в помощь кому? для чего?)* (создают условие альтернативного выбора адресатом, смягчают предложение услуги).

В **вопросительных предложениях** преобладают речевые этикетные формулы, смягчающие степень побуждения: *Может (быть) + (Вы) + (желаете/хотите) + чего?; (Не) Желаете ли / (не) хотите ли + (чего?)?; (Не) желаете ли / (не) хотите ли + (инфинитив СВ) (чего?)? Как Вы смотрите на то, чтобы... + инфинитив СВ? / Как Вы смотрите на то, чтобы... (Вы не против, если...) + кто? + гл. буд. вр. и др.* (при обсуждении плана действий, досуга). Если автор предлагает помощь, то может использоваться модель: *Вы (в надежде) + инфинитив СВ? (Вас записать на следующую неделю?)*

В ситуации деловых переговоров и во время научных выступлений используются **побудительные** предложения-указания с целью привлечения внимания: *Ознакомьтесь, пожалуйста, (с чем?)*. В рекламе используются императивы для убеждения и аргументации: *Купите сейчас, а платите потом*. Или: *Не хотите + инфинитив? Тогда... + императив (Не хотите тратить время на поиск отеля? = Не тратьте время на поиск...)*.

2. Композиционные особенности и тактические приемы «предложения».

Рассматривая композицию жанра угощение, М. В. Задорина [15] предлагает три основных композиционных элемента: обращение, предложение, пояснение к предложению. Безусловно, эти элементы могут использоваться и в других жанровых разновидностях, однако чаще всего «предложение» обрывается

множеством тактических приемов, как правило, являющихся имплицитными формами выражения жанра, знакомыми и понятными адресату. Некоторые из тактик становятся композиционными элементами. Например, после обращения могут последовать вопросы «разведывательного» характера, в конце – уточняющего. В итоге структура «предложения» может выглядеть следующим образом.

К примеру, может использоваться следующая структура, каждый элемент которой является одновременно тактическим приемом.

1. Сбор информации об адресате, его предпочтениях, о необходимости помощи в виде вопросов (*Что ты делаешь во вторник?; Какой вид чая предпочитаете?; Вы любите кофе?; Вы (уже) знаете / слышали / говорили / пользовались / покупали/о...?; Скажите (пожалуйста) + Вам уже знаком?; Узнать, нужна или не помощь, что именно нужно, что интересуется (Вам помочь? (=Могу я Вам (чем-то) помочь? и др.). Вместе с тем автором могут использоваться и косвенные рекомендации, помогающие проверить, что предпринимал собеседник, узнать о нем больше информации (Вы не пробовали сделать (что-то)?; Не думали ли вы об этом (так-то)?; Не обращались ли вы (туда-то)?; Как вам вариант...? и др.).*

2. Актуализация в сознании адресата необходимости получения вещи: отсылка к мнению большинства (*Вы знаете...; Знаете ли вы, что...; Представляют...; Говорят..., Я слышал(а), что... Мне недавно стало известно, что...).* Пример: *Так вы у нас не будете ничего покупать? А вы не хотите примерить самую продвинутую сейчас рубашку из крапивной ткани? Говорят, еще древние славяне такую носили.*

3. Сообщение о наличии объекта, например, что в наличии есть конкретный товар *У нас (сейчас) есть (появились) + что? (У меня два лишних билета. Хочешь сходить?).* Или сообщение о готовности помочь: *Впрочем, если Вам нужна моя помощь, я готов(а) помочь, обращайтесь.*

4. Сообщение о своих возможностях (*Если да, то (Если Вы не против) (Если Вы желаете / хотите) + (Я)могу (Я мог(ла) бы) + инфинитив СВ.*

5. Сообщение о ненужности объекта самому автору или о возможности выполнить действие в пользу адресата.

6. **Комплементарность** (в качестве актуализаторов часто выступают эпитеты, метафоры, сравнения): *Хотите померить шикарнейший галстук, который очень подойдет к этому костюму и к цвету Ваших глаз?; У тебя очень хорошо получается печь торты. Не хочешь начать продавать через Интернет?.*

7. Поддерживание диалога, единение с мнением адресата в случае его отказа с целью сохранить нить общения (*Я с Вами согласен/согласна... Полностью поддерживаю... Вы правы... Абсолютно верно...).*

8. Рекламирование объекта: *У меня тут такая забавная вещь появилась. Давайте обменяемся. Хотите?.*

9. Аргументация (выгодные последствия: *Если ты купишь, то ты сможешь...;* личный опыт: *У меня был случай, когда я...;* воображаемое светлое будущее: *Представьте, что Вы...).*

10. Уточнение степени заинтересованности собеседника, вопрос о готовности собеседника принять предложение (*Ну как?; Ты как?; Что думаешь?; Что скажешь?; Как считаешь?; Что вы об этом думаете?; Как по-твоему...?; Как на Ваш взгляд...?; Вы не возражаете?; Как Вы на это смотрите?; Вы не против?; Вы готовы...?; (Не) Желаете (ли) + инфинитив СВ?; Вас интересует (заинтересовало) наше предложение? и др.). Иногда добавляются глаголы будущего времени 2 л. ед. ч. или мн. ч. (*Возьмешь? Попробуете?).**

11. Закрепление обратной связи (*(Если) Будут вопросы – звони; Если у Вас возникнут вопросы, то Вы можете обратиться (обратитесь) в наш офис. Мы находимся по адресу...).*

Похожим образом, но более регламентированно предлагаются услуги в письменной коммуникации: сначала сообщается о сфере деятельности (*Наша компания (сколько лет на рынке продаж) занимается + чем?;* далее следует собственно предложение: *У нас есть / Недавно у нас появилась + что? (услуга)... (=Мы готовы предложить Вам) широкий спектр услуг в области + чего?;* в конце: *Если Вас заинтересовало, наше предложение, Вы можете + инфинитив (позвонить, написать, связаться с нами и т. д.).*

Тактические приемы «предложения» могут использоваться автором в свободном расположении. Говорящий выражает свои намерения и эмоции в соответствии с воображаемыми, превосходящими или используемыми как исходная точка суждениями, интенциями и эмоциями адресата (адресатов).

Заключение

Таким образом, перед нами предстает семантически разнообразная картина жанра «предложение».

Ядерную зону составляет предложение-помощь (предполагает физические действия автора и адресата, уточнение физического состояния и возможностей адресата): а) передача объекта (угощение (еда, сигареты), предметы, информационные объекты) или отправление субъекта (редко); б) выполнение действия. Центральное и околядерное поле (семантически связано с помощью, но на ментальном уровне) представляет предложение-помощь в качестве идеи (в том числе как совет или рекомендация). Периферию составляет предложение-просьба (действие осуществляется или только адресатом, или адресатом и автором вместе), как правило, задействованы личные

интересы автора (обмен, приглашение, просьба выполнить действие, работу, взять обязанности, изучить, решить задачу и пр.).

В результате «предложение» как речевой жанр может быть реализовано в четырех типах жанров: 1) как информативное (например, адресант говорит о имеющихся возможностях помощи адресату, ожидая его отказа или согласия; рассказывает о своей научной разработке, идее и т. д.); 2) как императивное (адресант побуждает адресата выполнить действие, которое является правильным, необходимым или желательным в конкретной ситуации и будет иметь положительный результат или же побуждает выполнить совместное действие, выгодное для обоих участников общения); 3) как оценочное (с целью изменения самочувствия адресата, например, предложение-совет-утешение в трудной для адресата ситуации); 4) этикетное, вызванное правилами поведения в конкретной ситуации (например, предложение чая или кофе при встрече гостей).

По мере ухода на периферию в зависимости от специфики межличностного общения (от унисона до диссонанса) происходит переход «предложения» (с использованием основных синтаксических конструкций) в другие жанры, чему способствуют иные тактические приемы (колкость, отказ, ирония, угроза, издевка и др.), требующие отдельного изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1986. Вып. XVII: Теория речевых актов. С. 22–129.
2. Арутюнова Н. Д. Речевой акт // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
3. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1986. 445 с.
4. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка // Russistik. Русистика. Berlin, 1990. № 2. С. 3–13.
5. Вежбицка А. Речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике : прагматика. М. : Прогресс, 1985. Вып. 16. 500 с.
6. Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопросы языкознания. 1991. № 6. С. 46–50.
7. Федосюк М. Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // Жанры речи. 1997. № 1. С. 66–88.
8. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике : сб. М. : Прогресс, 1986. Вып. 17: Теория речевых актов. С. 151–152.
9. Ярмаркина Г. М. Обыденная риторика : просьба, приказ, предложение, убеждение, уговоры и способы их

выражения в русской разговорной речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2001. 20 с.

10. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
11. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса : прагмалингвистический и когнитивный аспекты : монография. Тамбов, 2007. 288 с.
12. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : Колледж, 1997. Вып. 1. С. 88–98.
13. Национальный корпус русского языка. URL: ruscorgora.ru
14. Мельчук И. А., Жолковский А. К. Толково-комбинаторный словарь русского языка : опыты семантико-синтаксического описания русской лексики. Вена : Венский славистический альманах, 1984. 544 с.
15. Задорина М. В. Речевой жанр «угощение» : структурная и прагматическая характеристика // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов, 2021. № 3 (31). С. 190–197.

REFERENCES

1. Ostin Dzh. L. Slovo kak dejstvie [Word as action]. In: *Novoe v zarubezhnoj lingvistike* [New in foreign linguistics: pragmatics]. Moscow: Progress, 1986. Vyp. 17: Teoriya rechevyh aktov [Issue 17: The theory of speech acts]. Pp. 22–129.
2. Arutyunova N. D. Rechevoj akt. In: *Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar*. Moscow: Sovetskaya enciklopediya, 1990. Pp. 136–137.
3. Bahtin M. M. Problema rechevyh zhanrov. In: *Jestetika slovesnogo tvorчества*. Moscow, 1986. 445 p.
4. Shmeleva T. V. Speech genre. Features description and use in the teaching of the language. In: *Russistik*. Berlin, 1990. No. 2. Pp. 24–41.
5. Vezhbicka A. Rechevye akty [Speech acts]. In: *Novoe v zarubezhnoj lingvistike: pragmatika* [New in foreign linguistics: pragmatics]. Moscow: Progress, 1985. Iss. 16. Pp. 251–275.
6. Fedorova L. L. Tipologija rechevogo vozdejstvija i ego mesto v strukture obshhenija [The typology of speech influence and its place in the structure of communication]. In: *Voprosy jazykoznanija* [Questions of linguistics]. 1991. No. 6. Pp. 46–50.
7. Fedosjuk M. Yu. Issledovanie sredstv rechevogo vozdejstvija i teorija zhanrov rechi [The study of the means of speech influence and the theory of speech genres]. In: *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: coll. of sci. arts.]. 1997. No. 1. Pp. 66–88.
8. Serl Dzh. R. Chto takoe rechevoj akt? [What is the Speech Act?]. In: *Novoe v zarubezhnoj lingvistike*. Moscow: Progress, 1986. Vyp. 17. Teoriya rechevyh aktov. Pp. 151–152.
9. Jarmarkina G. M. *Obydennaja ritorika: pros'ba, prikaz, predlozhenie, ubezhdenie, ugovory i sposoby ih vyrazhenija v russkoj razgovornoj rechi* [The usual rhetoric:

request, order, suggestion, persuasion, persuasion and ways of expressing them in Russian colloquial speech]. Thesis Diss. Dr. Sci. (Philol.). Saratov, 2001. 150 p.

10. Dement'ev V. V. *Teorija rechevyh zhanrov*. Moscow: Znack, 2010. 600 p.

11. Grigor'eva V. S. *Diskurs kak jelement kommunikativnogo processa: pragmalingvisticheskiy i kognitivnyy aspekt*: monografija [Discourse as an element of the communicative process: pragmalinguistic and cognitive aspects]. Tambov, 2007. 288 p.

12. Shmeleva T. V. Model rechevogo zhanra [Model of speech genre]. In: *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: coll. of sci. arts.]. Saratov: Kolledzh, 1997. Iss. 1. Pp. 88–98.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Мельникова А. Ю., кандидат филологических наук, преподаватель кафедры сопоставительного изучения языков

E-mail: airinme@mail.ru

Поступила в редакцию 4 июля 2024 г.

Принята к публикации 26 сентября 2024 г.

Для цитирования:

Мельникова А. Ю. Характеристика речевого жанра предложение: семантический и прагматический аспекты // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. № 4. С. 30–37. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2024/4/30-37>

13. The Russian National Corpus. Available at: ruscorpora.ru

14. Mel'čuk I. A., Zholkovsky A. K. *Tolkovo-kombinatornyj slovar' russkogo jazyka: Opyty semantiko-sintaksicheskogo opisaniya russkoj leksiki* [Explanatory combinatorial dictionary of contemporary russian. Semantic-Syntactic Studies of Russian Vocabulary]. Vienna. Wiener Slawistischer Almanach, 1984. 544 p.

15. Zadorina M. V. Rechevoj zhanr «ugoshhenie»: strukturnaja i pragmaticheskaja harakteristika [Structural and pragmatic aspects of the speech genre «treating to a meal»]. In: *Zhanry rechi: sb. nauch. st.* [Speech Genres: coll. of sci. arts.]. Saratov: Kolledzh, 2021. No. 3 (31). Pp. 190–197.

Lomonosov Moscow State University

Melnikova A. Yu., Candidate of Philology, Lecturer of Comparative Analysis of Languages Department

E-mail: airinme@mail.ru

Received: 04 July 2024

Accepted: 26 September 2024

For citation:

Melnikova A. Yu. Semantic and pragmatic aspects of the speech genre offer/suggestion/proposal. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2024. No. 4. Pp. 30–37. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2024/4/30-37>