

УДК 802.0

**ДИРЕКТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ПИАР-ТЕКСТОВ:
КОНТРАСТИВНЫЙ СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ**

Т.А. Струнина

Аннотация

В статье исследуется реализация функции воздействия пиар-текстов через набор определенных стилевых черт. Проводится контрастивный анализ на уровне функционального стиля пиар-текстов, порожденных в американском и российском информационном поле.

Ключевые слова: сопоставительная стилистика, пиар-текст, директивная функция.

Пиар-тексты, порожденные в современном информационном поле, направлены на достижение ряда целей, одной из которых является воздействие на сознание реципиента и изменение его отношения к субъекту пиара. Директивная функция таких текстов с точки зрения контрастивной стилистики реализуется за счет определенных стилевых черт, которые, в свою очередь, маркируются набором языковых средств.

Стоит отметить, что контрастивная стилистика предполагает проведение сопоставлений на уровне типа текста и использование так называемых «параллельных текстов», то есть образцов речевых произведений, которые не связаны смысловой эквивалентностью типа «оригинал – перевод». Такие «параллельные тексты» имеют общность социально-коммуникативной ситуации порождения, что позволяет выделить дифференциальные и интегральные признаки текстов данного жанра в различных языках [1].

В данной статье представлен контрастивный стилистический анализ, основанный на эмпирических наблюдениях и проведенный по методу сопоставления «параллельных текстов» на английском и русском языках. Базисными субъектами пиара в нашем исследовании выступают Министерство по чрезвычайным ситуациям России и аналогичное российскому ведомству Федеральное агентство по чрезвычайным ситуациям Министерства национальной безопасности США (агентство ФЕМА).

Важно учесть, что сопоставительный анализ возможен лишь в том случае, когда решен вопрос об эталоне сопоставления. Поскольку методика порождения пиар-текстов была сформирована в англоговорящих странах и, соответственно, получила более глубокое теоретическое и практическое осмысление именно в англо-американском социуме, функционально-стилистическая система английского языка будет принята за эталон.

По существующим рекомендациям и правилам в англо-американской практике пиар-тексты создаются в таком формате, который бы максимально приблизил материал к американским стандартам газетно-публицистического стиля, то есть материал должен соответствовать стилю американского информационного агентства Associated Press. «Именно стиль AP или его разновидности обычно использует большинство американских газет. Репортерам и редакторам значительно легче работать, если PR-текст написан в стиле AP», – пишет Деннис Л. Уилкоккс в книге «Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ» [2, с. 164].

Традиционно считается, что функция воздействия в текстах газетно-публицистического стиля реализуется через такие стилевые черты, как оценочность, эмотивность, образность, тональность, директивность [1].

В соответствии с принятыми стандартами американской прессы эксплицитное выражение оценочности считается неуместным, то есть «каноны американской и британской журналистики требуют... чтобы субъективно-оценочные элементы, отражающие собственное мнение репортера, полностью исключались из текстов этого жанра» [1, с. 141]. Однако полностью избежать оценочной коннотации в пиар-текстах не представляется возможным. Приведем пример, взятый с сайта американского агентства ФЕМА. Речь идет о том, что ФЕМА совместно с Департаментом штата Мичиган по качеству окружающей среды проведут день открытых дверей. Жители округа смогут ознакомиться с цифровыми картами распределения размера страховой премии, полагающейся к выплате в случае, если их домовладения попадут в зону наводнения.

These maps will be used to determine flood risk, develop mitigation measures, and encourage wise and responsible risk management decision-making (TCF). (Эти карты будут использоваться для того, чтобы определить риск возникновения наводнения, разработать предупредительные меры и содействовать принятию взвешенных и ответственных решений в управлении рисками.)

В приведенном отрывке содержатся как негативные, так и позитивные эвалюативы. Существительные *risk* и *flood* имеют негативную коннотацию, но в сочетании с положительными эвалюативами, выраженными глаголом *determine*, прилагательными *wise* и *responsible*, общая оценочность материала получает позитивный статус. Имплицитное воздействие на реципиента становится возможным за счет подбора лексических средств, усиливающих положительное восприятие пиар-материала. Приведем еще один пример:

Funds will be used to remove these repetitively damaged homes from flood prone areas, returning the area to open space in perpetuity. Projects like this are the cornerstone of disaster prevention efforts, and illustrate the importance of local, state and federal governments working together for the benefit of citizens (FAG). (Средства будут использованы для того, чтобы снести дома, находящиеся в зоне наводнения и периодически разрушаемые наводками, и тем самым вновь превратить территорию в открытое пространство. Подобные проекты – краеугольный камень усилий по предотвращению бедствий. Они показывают важность совместной работы местных, региональных и федеральных властей на благо жителей округа.)

В примере мы находим, на первый взгляд, негативные эвалюативы в виде словосочетания *to remove homes*, но при более развернутом анализе становится ясно, что негативная коннотация меняется на позитивную с появлением деривата прилагательного – наречия *repetitively* – и причастия *damaged*. Поэтому вполне оправданным выглядит снос домов, которые периодически разрушаются в результате наводнения. Негативную коннотацию имеет также существительное *disaster*, однако предложение получает положительную оценочность, поскольку речь идет о *disaster prevention efforts* (меры по предотвращению бедствия). Позитивную оценку усиливают словосочетания *importance of working together* и *benefit of citizens*. Таким образом, реципиент понимает, что финансирование будет направлено на снос домов, которые периодически попадают в зону наводнения, и положительно оценивает действия властей, поскольку их работа направлена на благо жителей округа. Рассмотрим несколько примеров заимствования лексических оборотов из других стилей:

Those (citizens. – T.C.) interested may drop in at any time during the event to discuss mapping issues with MDEQ (Michigan Department of Environmental Quality. – T.C.) representatives (TCF). (Те, кто заинтересовался, могут в любое время заглянуть на мероприятие и задать свои вопросы о картах представителям Департамента штата Мичиган по качеству окружающей среды.)

В указанном примере нас заинтересовал глагол *drop in*, который определяется в электронной версии словаря Collins как (informal) *to pay someone a casual visit* (CED). Авторы данного пиар-текста заимствуют лексические обороты из разговорного узуса. Еще один похожий пример:

Emergency and preparedness items that might make great gifts this Holiday Season include... (GPM). (К предметам, необходимым на случай чрезвычайной ситуации и вполне подходящим для отличного подарка в период предстоящих праздников, относятся...)

Здесь обратим внимание на часто употребляемое в разговорной речи прилагательное *great*. Тот же словарь Collins среди прочих значений определяет это прилагательное как (informal) *excellent* (CED). В данном примере, как и в предыдущем, выбор сделан в пользу лексических единиц, употребляемых в разговорной речи.

В том же пиар-материале встречаем:

Stay informed of FEMA's activities online: follow us on Twitter www.twitter.com/femainfocus, twitter.com/femaregion10 and on FaceBook at www.facebook.com/fema (GPM). (Будьте в курсе событий и следите за новостями ФЕМА в Интернете на сайтах www.twitter.com/femainfocus, twitter.com/femaregion10 и www.facebook.com/fema.)

В данном случае стоит отметить не лексический выбор, а предоставление реципиенту возможности установить прямой контакт с базисным субъектом пиара через социальные сети Twitter.com и Facebook.com.

Наличие коллоквиализмов в пиар-материалах, порожденных в американском информационном поле, – вполне распространенное явление, свидетельствующее о том, что базисный субъект пиара, в нашем случае государственная структура, максимально доступен для реципиентов. Он говорит с ними на языке, понятном для восприятия большинства. Директивная функция таких пиар-текстов

проявляется опосредованно, через набор языковых средств, являющихся источником оценочной коннотации и оказывающих имплицитное воздействие.

В современном российском информационном пространстве также наметилась тенденция к конвергенции функциональных стилей. Причем необходимо уточнить, что если базисный субъект пиара является органом государственной власти, то в пиар-текстах будет больше стилистических черт официально-делового узуса. В целом же стиль текстов, порожденных базисным субъектом пиара, объединяет в себе черты делового и газетно-публицистического стилей.

Так, материалы, размещенные на сайте Министерства по чрезвычайным ситуациям Российской Федерации в разделе *Новости*, изобилуют языковыми средствами, свойственными официально-деловому стилю. Такова, например, новость от 12.12.2009:

*Органами ГПН МЧС России организованы и проведены при участии сотрудников прокуратуры и органов внутренних дел внезапные проверки ночных клубов, дискотек, **предприятий общественного питания**, работающих в ночное и вечернее время.¹*

***В рамках** ежегодной подготовки к новогодним праздникам и рождественским каникулам МЧС России с 1 декабря 2009 года направило запросы в органы прокуратуры для получения разрешений на проведение внезапных проверок заведений, в которых в эти дни планируется проведение массовых мероприятий. После пожара в ночном клубе «Хромая лошадь» в Перми 4 декабря в первую очередь проверкам подверглись развлекательные учреждения, работающие в ночное время.*

На сегодняшний день в Москве проведены проверки 425 объектов, на рассмотрение судов по подведомственности для принятия ими решений о приостановке деятельности направлены материалы по 54 объектам. При принятии судами решений материалы будут переданы для исполнения службам судебных приставов. По 5 объектам из этого списка судами уже приняты решения о приостановке деятельности на срок от 20 до 90 суток, по одному из дел принято решение о вынесении штрафа в размере 20 000 рублей.

Характерные нарушения, выявленные в ходе внезапных проверок, – отсутствие систем оповещения пожарной автоматики, нарушение эксплуатации электросетей и электрооборудования, несоответствие путей эвакуации требованиям противопожарных норм.

В Санкт-Петербурге спланированы мероприятия по контролю в отношении 226 объектов. На данный момент проверен 91 объект, в суды для принятия ими решений о приостановке деятельности в связи с нарушениями правил пожарной безопасности направлены материалы по 14 объектам.

Первые результаты внезапных проверок показывают их эффективность (ГПН).

Как видно из примера, текст изобилует канцеляризмами (в рамках подготовки, объекты, при принятии судами решений, переданы для исполнения, спланированы мероприятия в отношении), сложными конструкциями с отглагольными существительными (получение разрешений на проведение проверок,

¹ Выделение полужирным курсивом здесь и далее – наше.

принятия ими решений о приостановке деятельности), а также номенклатурными названиями (ГПН МЧС России, предприятия общественного питания). Такие языковые средства усложняют восприятие текста и снижают директивную функцию пиар-материала, так как реципиенту приходится декодировать нагромождение оборотов речи, заимствованных из официально-делового узуса. Однако далее стиль текста резко меняется: в нем начинают преобладать языковые средства газетно-публицистического стиля:

*Напомним, что согласно действующему законодательству о проведении проверки инспектор обязан предупредить собственника за трое суток. **Понятно, что к его приходу пиротехнические изделия из помещения удаляются, двери открываются, эвакуационные выходы освобождаются; ...Должен быть жесткий внятный механизм штрафования...; ...Безусловно, необходимо ужесточить санкции за нарушение правил пожарной безопасности. Сумма штрафа, считают в ведомстве, должна равняться стоимости неосуществленных мероприятий по обеспечению безопасности. Нет, к примеру, автоматической системы пожаротушения. И предписание давно лежит без движения. Штраф в этом случае должен равняться сумме установки такой системы (ГПН).***

Тексты, функционирующие в сфере пиара, предназначены для распространения через каналы массовой информации и, соответственно, наделяются стилистическими чертами текстов газетно-публицистического стиля. В приведенном примере, в первой его части, эксплицитных оценочных эвалюативов нет, поскольку текст выдержан в официально-деловом стиле, для которого не характерна такая стилистическая черта, как оценочность. Вторая часть стилистически отличается от первой, поэтому наличие таких языковых средств, как повторы (*должна равняться стоимости*), метафоры (*предписание лежит без движения*), передача ироничной коннотации (*понятно, что к его приходу изделия из помещения удаляются, двери открываются, эвакуационные выходы освобождаются*), вводные обороты (*понятно, что; безусловно*), маркирует большую оценочность материала, через которую, в частности, проявляется директивная функция подобных текстов. К тому же в представленном примере содержится и эксплицитное выражение побудительности. Например: *...Должен быть жесткий внятный механизм штрафования...; Сумма штрафа, считают в ведомстве, должна равняться стоимости неосуществленных мероприятий по обеспечению безопасности.* Здесь адресант использует модальные слова для выражения долженствования. Ср.: *...Безусловно, необходимо ужесточить санкции за нарушение правил пожарной безопасности.* В указанном примере носителем директивности выступает предикат *необходимо* в сочетании с инфинитивом, усиленный вводным словом *безусловно*, передающим уверенное утверждение. Для российского информационного поля такая передача директивности вполне характерна.

Другим способом реализации функции воздействия пиар-текстов является подбор цитат, содержащих оценочные высказывания, которые соответствуют установкам автора текста. Как уже говорилось выше, в американской журналистской практике существуют ограничения на открытое высказывание репортером оценки описываемых в материале событий. Однако авторам это не мешает

«вполне однозначно выражать собственные установки и в конечном счете установку своей газеты» [1, с. 141].

Цитаты в текстах базисного субъекта пиара подбираются для придания тексту живости и создания положительного образа организации в глазах общественности. Ср., например:

LITTLE ROCK, Ark. – ...*Federal disaster aid was made available on Dec. 3 for 37 Arkansas counties to supplement state and local recovery efforts in the area struck by severe storms, tornadoes and flooding beginning on Oct. 29, 2009.*

“By helping local and state governments recover, federal disaster assistance has a positive impact on every individual in those communities,” said Mike Moore (BrB).

(Литл-Рок (штат Арканзас) – Третьего декабря поступила помощь из федерального бюджета тридцати семи округам штата в дополнение к мерам, предпринимаемым властями штата и округов по ликвидации последствий сильных штормов, торнадо и наводнения, начавшихся 29 октября 2009 г.

«Помогая властям округа и штата в восстановлении региона, федеральная власть оказывает положительное влияние на каждого жителя этих пострадавших территорий», – заявил Майк Мур.)

В данном примере цитата введена с целью сформировать у реципиента понимание важности той роли, которую играет федеральная власть в деле восстановления региона. Глагол *to help* и его синоним *to assist* имеют позитивную коннотацию, и у реципиента возникает положительное отношение к базисному субъекту пиара, который не оставляет без внимания жителей, пострадавших в результате стихийных бедствий.

Рассмотрим еще один пример использования цитат.

DES MOINES, Iowa – *One resident of Des Moines spent last Thanksgiving huddled in his living room, the only part of his house still livable after the 2008 floods. He’ll spend this Thanksgiving in his transformed home thanks to the efforts of Iowa’s hard-working volunteer agencies. <...>*

“The important role volunteers play in disaster recovery is often understated or ignored altogether,” said Marla Potts. “Yet when a disaster is no longer front page news, and the immediate needs of most survivors have been met, volunteers are the front line in the long-term recovery effort”. <...> “There are legal limits to how much assistance FEMA can provide,” said Kay Phillips, FEMA’s officer. “So when survivors have received all the help we can offer them, they can turn to these voluntary groups for their unmet needs” (VUH).

(Де-Мойн (штат Айова) – Житель города Де-Мойн провел прошлый День Благодарения, уютясь в своей гостиной – единственной комнате, оставшейся жилой в его доме после наводнения 2008 г. В этом году он проведет День Благодарения в своем преображенном доме благодаря напряженной работе волонтерских организаций штата. <...>

«Важную роль, которую играют волонтеры в восстановлении жизни региона после произошедшего бедствия, зачастую недооценивают или полностью игнорируют», – говорит Марла Поттс. «Когда чрезвычайная ситуация перестает быть главной новостью и важнейшие нужды выживших удовлетворены, на первый план в длительном процессе восстановления нормальной жизни региона выходят волонтеры». <...> «Существуют правовые ограниче-

ния для оказания помощи агентством ФЕМА», – говорит представитель ФЕМА Кей Филлипс. – «Поэтому когда пострадавшие получили от нас всю помощь, которую мы можем оказать, они могут обратиться к волонтерам с остальными своими нуждами».)

Здесь цитата раскрывает сущность работы волонтеров, роль которых в ликвидации последствий стихийных бедствий зачастую преуменьшают или недооценивают. Как и в предыдущем примере, цитаты способствуют формированию положительного образа базисного субъекта, поскольку несут в себе личностную позитивную оценку цитируемого.

В российской практике при написании пиар-текстов сотрудниками пресс-служб силовых структур возникают проблемы иного рода. Чиновники, выступая перед представителями СМИ, используют языковые средства официально-делового узуса, поэтому подобрать цитаты, которые бы аналогично американским создавали позитивную оценочность, бывает крайне сложно. Рассмотрим следующий пример.

Делегация МЧС России в субботу приняла участие в открытии регионального центра по предотвращению чрезвычайных ситуаций в венесуэльском штате Ансоатеги. «Россия готова оказать содействие и помощь Венесуэле по внедрению передовых технологий при создании центров управления в кризисных ситуациях как в столице страны Каракасе, так и во всех штатах Венесуэлы», – сказал на церемонии статс-секретарь – заместитель министра Российской Федерации по чрезвычайным ситуациям Владимир Пучков. Он подчеркнул, что визит делегации МЧС во главе с руководителем министерства Сергеем Шойгу «открывает новый этап в совместной работе по внедрению современных технологий в обеспечение безопасности населения» (Вен).

В данном случае словосочетание *готова оказать содействие*, маркированное с точки зрения сферы функционирования как официально-деловое, служит заменой нейтральному варианту *готова помочь*. Автор этой цитаты сделал также выбор в пользу сочетания сложной конструкции с отглагольными существительными *внедрения технологий в обеспечение безопасности* и не стал использовать более доступное для реципиента придаточное определительное *технологии, которые позволяют обеспечить безопасность*.

Однако встречаются и вполне эмоциональные цитаты, которые эксплицитно демонстрируют позицию субъекта пиара. Например: *«На казанском вертолетном заводе нет никакой пожарной охраны, при этом цены на вертолеты Ми-8 возросли в два раза. МЧС России не может разместить государственный заказ, поскольку там все мощности уже заняты. А денег на пожарную охрану у них нет», – констатировал Министр (С.Ш.)*. Мы полагаем, что авторы пиар-текста выбрали именно такую эмоциональную цитату, чтобы показать высшую степень недовольства министра работой отдельных организаций. Такое высказывание имеет резко пейоративную окраску, что является сигналом для реципиента о болезненном для субъекта пиара вопросе.

Проведенный контрастивный анализ позволяет сделать вывод о том, что пиар-тексты, порожденные базисным субъектом пиара, являющимся органом государственной власти, стилистически разнятся в американской и российской практике. Директивная функция пиар-текстов в западном социуме маркируется

такой стилевой чертой, свойственной газетно-публицистическому стилю, как оценочность. К тому же тексты, порожденные в американском информационном поле, имеют черты конвергенции газетно-публицистического и разговорного стилей. В российской практике пиар-материалы федеральных ведомств тяготеют к официально-деловому стилю, что в значительной степени снижает функцию воздействия таких текстов на реципиентов.

Научно-исследовательская работа выполнена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы.

Summary

T.A. Strunina. Directive Function of PR-texts: Contrastive Stylistic Analysis in the English and Russian Languages.

The paper covers PR-text directive function marked by specific stylistic features. A contrastive stylistic analysis is made of writing style of PR-texts produced by federal authorities in Russia and the USA.

Key words: contrastive stylistics, PR-text, directive function

Источники

- TCF – Tuscola County Flood Risk Open House To Take Place Dec. 16. – URL: <http://www.fema.gov/news/newsrelease.fema?id=50079>, свободный.
- FAG – FEMA Awards \$4.3 Million Grant To The City Of Columbus. – URL: <http://www.fema.gov/news/newsrelease.fema?id=50075>, свободный.
- GPM – Gifting Peace Of Mind. – URL: <http://www.fema.gov/news/newsrelease.fema?id=50060>, свободный.
- VUH – Volunteers Unsung Heroes in Disaster Recovery. – URL: <http://www.fema.gov/news/newsrelease.fema?id=49971>, свободный.
- BrB – Briefings Begin For Public Assistance Work. – URL: <http://www.fema.gov/news/newsrelease.fema?id=50083>, свободный.
- ГПН – Органами ГПН МЧС России организованы и проведены при участии сотрудников прокуратуры и органов внутренних дел внезапные проверки ночных клубов, дискотек, предприятий общественного питания, работающих в ночное и вечернее время. – URL: <http://www.mchs.gov.ru/news/?y=2009>, свободный.
- Вен – Венесуэла заинтересована в оснащении спасательных служб российским оборудованием, техникой и снаряжением. – URL: <http://www.mchs.gov.ru/news/?y=2009&&page=3>, свободный.
- С.Ш. – Сергей Шойгу обещает принимать самые жесткие меры к объектам ряда министерств, где не обеспечивается пожарная безопасность. – URL: <http://www.mchs.gov.ru/news/?y=2009&m=10>, свободный.
- CED – Collins English Dictionary. – URL: <http://www.collinslanguage.com>, свободный.

Литература

1. *Швейцер А.Д.* Контрастивная стилистика: Газетно-публицистический стиль в английском и русском языках. – М.: Либроком, 2009. – 256 с.

2. Уилкокс Д. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-КОНТАКТ»: ИНФРА-М, 2004. – 761 с.

Поступила в редакцию
25.01.10

Струнина Татьяна Андреевна – младший научный сотрудник лаборатории бизнес-коммуникаций Государственного университета – Высшей школы экономики.
E-mail: st-tatiana@mail.ru