

**«Pejskaři, jste hovada a prasata!»:
стратегии убеждения в чешских
письменных публичных обращениях
к владельцам собак**

Н. Н. Занегина

Институт русского языка

им. В. В. Виноградова РАН

Филологу ничего не стыдно.

Анна Александровна Иванова,
филологический факультет МГУ, 1998 год

Не рекомендуется читать за столом.

0.

Считается, что в каждом втором домохозяйстве в Чешской Республике имеется собака. Выгуливание собак более или менее регулируется в городах: часть территорий парков, скверов и прочих подобных пространств помечена запрещающим знаком «Свободное передвижение собак без поводка запрещено», часть – аналогичным, но разрешающим знаком. Также имеются собственно собачьи площадки. Хозяин обязан убирать за своим животным, несоблюдение этого обязательства карается штрафом¹. Для облегчения соблюдения этого требования в парках и на улицах многих городов размещены стойки с бесплатными пакетами для сбора экскрементов (финансируется из ежегодного налога² на домашнее животное), также такие пакеты можно приобрести в зоомагазинах.

Однако несмотря на многолетнюю практику использования таких пакетов и общую сравнительную законопослушность чешских граждан (см. достаточно низкий уровень преступности в стране), некоторые владельцы собак по-прежнему не убирают за своими животными. Борьба

1 Максимальный размер штрафа – 1000 крон, то есть 2000 руб. (по состоянию на 10.2014), см.: http://praha.idnes.cz/praha-bojuje-s-uklidem-ekrementu-po-psech-fj3-/praha-zpravu.aspx?c=A140201_2029257_praha-zpravu_bur

2 В размере 1500 крон, то есть 3000 руб. (по состоянию на 10.2014), см.: <http://www.praha6.cz/codelat/prihlaseni-k-mistnimu-poplatku-ze-psu-0400-003.html>

с этим явлением формально находится в зоне ответственности городских властей, но сознательные граждане также добровольно берут ее на себя. Поскольку у таких граждан отсутствуют возможности административного и другого подобного воздействия на нарушителей, основным средством становится превентивное языковое воздействие. Ниже рассмотрим способы такого воздействия.

I.

Материалом исследования

материалом исследования послужил корпус фотоснимков, сделанных автором в различных городах Чехии в 2010–2013 гг., а также найденных в интернете. На снимках запечатлены частные (неофициальные) объявления, обращенные к владельцам собак и призывающие убирать за своими питомцами или запрещающие собакам в прилегающем пространстве¹. ■■■■■ Объем корпуса – более 30 изображений.

Поводом для настоящего исследования послужила сравнительная частотность подобных объявлений. Короткие и более или менее стандартные по форме объявления часто повторяются (полностью или с изменением формата – шрифта, размера листа бумаги и т.п.), более риторически сложные обычно встречаются в единственном экземпляре.

2.

Для воздействия на нарушителя авторы объявлений используют следующие коммуникативные стратегии:

- стратегия запрета;
- стратегия ■■■■■ просьбы, в том числе формальной;
- стратегия информационного сообщения;
- стратегия проспективной благодарности;
- стратегия коллективного или официально-личного письма;
- стратегия оскорбления.

Все эти стратегии могут сопровождаться различными языковыми и внеязыковыми приемами. Рассмотрим приведенные выше стратегии на конкретных примерах.

¹ Пренебрежем различиями между этими двумя различающимися с точки зрения содержания типами объявлений как несущественными для данного исследования.

2.1. Стратегия запрета

Zákaz venčení psů. Выгуливать собак запрещено.



**ZÁKAZ
VENČENÍ PSŮ**

рис. 1

Представлена минималистичными прескриптивными объявлениями в формальном стиле, текст может сопровождаться изображениями, стилизованными под дорожные знаки. Типичный текст объявления такого рода – см. выше.

2.2. Стратегия просьбы

2.2.1. Стратегия формальной просьбы

Prosíme, nenechávejte močit své psy na naši popelnici! Пожалуйста, не позволяйте вашим собакам мочиться на наши мусорные ящики!



рис. 2

Представлена объявлением, написанным нейтральным (не официально-деловым) стилем с использованием глагола в форме повелительного наклонения, смягченного словом *пожалуйста*, но усиленного восклицательным знаком. Для

обозначения нежелательного действия выбрано нейтральное слово мочиться. Дополнительное воздействие оказывает оригинальное расположение объявления – на мусорном баке.

2.2.2. Стратегия просьбы с нарушением стилистических норм

*Prosíme chodte srát s vaším psem před váš dům.
Děkujete. Пожалуйста, ходите с вашей собакой срать перед вашим домом. Спасибо.*



рис. 3

Текст оформлен как вежливая просьба: начинается словом *пожалуйста*, заканчивается словом *спасибо*. В рамки этих слов вежливости помещена формально стандартная просьба, стандартность которой нарушается лексически (грубо – просторечным словом *срать*) и содержательно (предложением выгуливать собаку перед своим домом, имплицитно содержащим просьбу не делать это перед данным домом). Повтор местоимения «ваш» ■■■■■ (в сочетании «с вашей собакой» слово «ваш» в данном тексте факультативно) акцентирует внимание адресата на том, что свои проблемы необходимо решать своими силами, не затрагивая интересы постороннего.

2.3. Стратегия информационного сообщения

Zde nejsou záchody pro psy!!! Здесь нет туалета для собак!!!



рис. 4

Стратегия представлена объявлением с текстом повествовательного типа (констатируется факт отсутствия в указанном месте туалетов для собак), высоко эмоционально окрашенного с точки зрения интонации (три восклицательных знака), но неэмоционального с лексической точки зрения. Интересующая нас просьба представлена в тексте имплицитно (если здесь нет туалета, то собаки не должны вести себя здесь как в туалете либо хозяева должны убрать за ними, чтобы не оставалось следов туалета). [REDACTED] Дополнительное средство воздействия – апелляция к антропоцентрической картине мира и наложение этой картины мира на жизнь собак (в виде скрытого допущения наличия в другом месте туалета для собак).

2.4. Стратегия проспективной благодарности

2.4.1. Проспективная благодарность в официально-деловом стиле

*Vážení spoluobčané, děkujeme za pochopení!
Chodte si srát se svými psy ke svému vlastnímu domu! Уважаемые сограждане, благодарим за понимание! Ходите со своими собаками срать к своему дому!*



рис. 5

Текст представляет собой оформленную в официально-деловом стиле благодарность за действие, которое адресат совершит в будущем. Имплицитный смысл такой благодарности – уверенность в том, что такое действие будет совершено, что оказывается равно просьбе совершить такое действие. В данном случае от адресата ожидаются два действия: [REDACTED] 1) выгуливание собаки перед своим (а не чужим, не данным домом), 2) понимание, что при невыполнении первой просьбы собака может быть употреблена в пищу. В качестве основного средства воздействия на адресата здесь используются контраст и его частный случай – эффект обманутого

ожидания. Так, очень формальное обращение уважаемые сограждане и стандартная при официальных объявлениях формула благодарности благодарим за понимание резко контрастируют с грубым именованим обсуждаемого действия — срать. Изображение последствий невыполнения этой просьбы в виде схемы «действие → его последствие» весьма наглядно и убедительно, при этом последствие оказывается гипертрофированно жестоким (убийство в ответ на несоблюдение порядка) и не принятым в европейской культуре (в которой собак не едят), что не может не способствовать сильному эмоциональному воздействию объявления.

2.4.2. Проспективная благодарность в нейтральном стиле

Děkujeme všem pejskařům, že nenechávají močit své miláčky na náš dům. Благодарим всех владельцев собак за то, что не позволяют своим любимцам мочиться на наш дом.

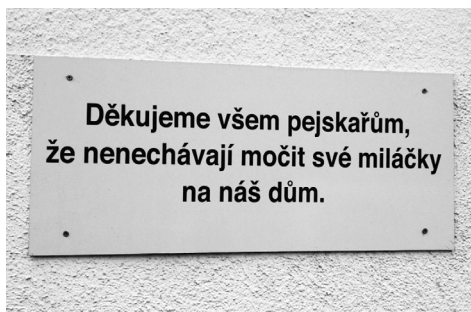


рис. 6

Текст объявления оформлен в менее официальном стиле, чем в предыдущем случае: к владельцам собак обращаются не как к гражданам, взывая к их гражданской ответственности, а как к любителям собак, а самих собак называют сравнительно ласково <домашними> любимцами. Дополнительные средства воздействия не используются.

2.5. Стратегия письма

2.5.1. Стратегия коллективного письма

*Páníčkové! Vaší spoluobčané se na nás zlobí. Kvůli vám! My za to nemůžeme! Prosím sbírejte po nás exkrementy! Za všechny psy, Alík
Хозяева! Ваши сограждане на нас сердятся. Из-за вас! Мы тут ни при чем! Пожалуйста, убирайте за нами экскременты! От имени всех собак, Алик*



рис. 7

Для воздействия на адресата может использоваться необычный автор послания. Так, в данном объявлении на беспорядок жалуются не соседи владельцев собак, а сами собаки, причем от имени всех собак (коллективное письмо) к хозяевам обращается пес по кличке Алик. Письмо написано в интимно-домашней стилистике (на нас сердятся, мы тут ни при чем), с использованием эмоционально окрашенных предложений (четыре предложения из шести заканчиваются восклицательным знаком) и парцелляции (Из-за вас! Мы тут ни при чем!). Такой текст, во-первых, нейтрализует возможное неприятие официальных просьб и указаний, а во-вторых, использует любовь хозяев к своим питомцам, предлагая соблюдать чистоту не из уважения к согражданам, а из любви к своему животному.

В качестве дополнительного средства воздействия используется оригинальное место расположения (дерево).

2.5.2. Стратегия официального письма от Я-адресанта

<Чешский оригинал см. ниже на рис. 8>

**Мне очень жаль, но
СОБАЧЬИ ЭКСКРЕМЕНТЫ**

были обнаружены на первом этаже нашего дома на прошлой неделе. Наши прекрасные уборщицы отказываются убирать это без дополнительной оплаты, и в этом нет ничего удивительного.

Чтобы по дому можно было пройти без опасения наступить на что-то мягкое, похоже, придется

обязать наших уборщиц проводить дефекализацию помещения. Доплату за это должны будут разделить между собой владельцы четвероногих любимцев (я, например, до сих пор всегда успевал добежать до туалета). Если же дело дойдет до спора о том, чей же пес это сделал (а до споров, конечно, дойдет), то, думаю, можно:

– за собственные средства сделать анализ ДНК, все собаки должны будут сдать свой материал (слюни с морды), и все будет ясно;

– или поймать виновника прямо в процессе и позвать свидетелей...

Мы избежим этого абсурда, если все владельцы собак будут следить за своими животными и не позволять им совершать эти противозаконные действия. Все мы будем закрывать дверь в подъезд, чтобы чужие бродячие псы сюда не заходили.

Пока никаких действий не предпринимаем, но если это повторится, будем разбираться.

2 октября 2008 года

Je mi líto, ale:

PSÍ EXKREMENTY

byly minulý týden objeveny v našem domě a to v suterénních prostorách. Naše sčelá úklidová služba tyto nechce bez příplatku uklízet a ani se jí nedivím.

Aby se po domě dalo pohybovat bez nebezpečí šlápnutí do něčeho měkého, budeme asi muset naši úklidovou službu pověřit, aby za patričný obolus prováděla defekalizaci prostor. O vícenáklady by se měli svorně podělit majitelé čtyřnohých miláčků (já to na WC doposud vždy stihnul). Pokud dojde ke sporům či pes to vlastně udělal (a to asi dojde), je určitě možno:

- si na vlastní náklady nechat udělat analýzu DNA, všichni pejsci odevzdají vzorek (výtěr z mordy) a vše bude jasné...
- nebo je třeba chytit viníka rovnou při aktu nejlépe za oháňku a přivolat svědky...

Tého absurdnosti budeme ušetřeni, pokud pejskaři na svá zvířátka řádně dohlédnou a nedopustí jim dělat tyto nekalé věci. My všichni budeme zavírat domovní dveře, aby se cizí, potulná zvířata nedostala dovnitř. Zatím se vlastně nic neděje, ale v případě opakování se to fakt bude muset nějak řešit.

20. října 2008

рис. 8

Текст представляет собой довольно подробное письмо, написанное от лица старшего по дому, с рассуждением о том, кто мог бы оплатить дополнительную работу – уборку следов собачьей жизнедеятельности. Серьезно описывается довольно абсурдная схема обнаружения виновника и, следовательно, будущего плательщика, после чего автор, воспользовавшись принципом обманутого ожидания, сам характеризует собственные слова как абсурдные, переходя от шутки к довольно реалистичной просьбе, обращенной к владельцам собак (все владельцы собак будут следить за своими животными и не позволять им совершать эти противозаконные действия). ■■■ При этом виновникам оставляют шанс исправиться (Пока никаких действий не предпринимаем, но <в следующий раз...>). На протяжении всего текста автор старательно избегает обвинений или угроз в адрес виновников.

Такое длинное, хотя и юмористическое, местами абсурдное послание прочитает не каждый, но зато прочитавший должен посмотреть на происходящее со стороны и осознать свою неправоту.

2.6. Стратегия оскорбления

Pejskaři, jste hovada a prasata! Собачники, вы скоты и свиньи!



рис. 9

Текст состоит из обращения к владельцам собак и двух пейоративных наименований (скоты и свиньи). Автор не поясняет, что послужило поводом для подобной инвективы, предполагая, что адресат сам знает (или легко догадается), за что он может быть ей подвергнут, а потому или тем самым понесет заслуженное наказание (за то, что не убрал за своей собакой), или не допустит со своей стороны действий, за которые может быть подобным образом вербально наказан (уберет за своей собакой). Подобный текст мог появиться в том случае, если автор (пострадавшая от действий или бездействия владельцев собак сторона) уже не надеется на результативность официальных или вежливых обращений.

Вся предыстория отношений автора и адресата представлена имплицитно.

Дополнительным средством воздействия является оригинальное место расположения объявления: оно воткнуто в землю на газоне, где часто выгуливают собак.

3.

Проанализированный материал позволяет сделать следующие выводы. Чтобы убедить владельцев собак следить за своими питомцами, чешские авторы используют попытки потребовать соблюдения правил, попытки запугать (обещанием неприятных последствий от несоблюдения требования), сразу благодарят за выполнение просьбы (тем самым как бы не допуская ситуации невыполнения), сообщают о своем недовольстве от предыдущих невыполненных аналогичных просьб или сразу переходят к инвективам, не надеясь на конструктивное сотрудничество.

С языковой точки зрения используется намеренно официальный или намеренно неофициально-бытовой (интимно-домашний или грубо-сниженный) стиль, часто используют юмор, стараясь таким образом привлечь собеседника на свою сторону [REDACTED] и заставить посочувствовать автору/понять его, включают в текст изображения или размещают объявление в оригинальном месте (на мусорном баке или на газоне).

На следующем этапе исследования было бы полезно провести полевой эксперимент: в выбранном месте с высокой собакопроходимостью в течение одинаковых промежутков времени размещать разные таблички с текстами разных стратегий воздействия и фиксировать эффективность каждой из них, чтобы эмпирически установить наиболее эффективную стратегию воздействия на носителя чешского языка.

P. S. За много дней, проведенных на улицах чешских городов, автор и его обувь лишь пару раз пострадали от нечистоплотных собаководовладельцев, что, впрочем, является заслугой не столько собственно чистоплотных владельцев, сколько бдительности автора.



«Pejskaři, jste hovada a prasata!»: стратегии убеждения в чешских письменных публичных обращениях к владельцам собак Н. Н. Занегина, Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН