

Бочкарев Арсентий Игоревич

О НЕКОТОРЫХ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ НЕПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА ВТБ 24)

В данной статье выявляются особенности не прямой коммуникации, характерные для женской речи. Так, на поверхностном уровне выражается неопределенность насчет дальнейших действий, в то время как на глубинном уровне - уверенность. Также на поверхностном уровне используются маркеры будущего времени, а на глубинном уровне - маркеры прошедшего времени. В женской речи пропозиция 'я тебя люблю' может выполнять функции благодарности, извинения, прощания. Кроме того, предлагается пятишаговый алгоритм анализа текста.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/3-2/8.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 3 (45): в 3-х ч. Ч. II. С. 33-37. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/3-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81+811.161.1

Филологические науки

В данной статье выявляются особенности не прямой коммуникации, характерные для женской речи. Так, на поверхностном уровне выражается неопределенность насчет дальнейших действий, в то время как на глубинном уровне – уверенность. Также на поверхностном уровне используются маркеры будущего времени, а на глубинном уровне – маркеры прошедшего времени. В женской речи пропозиция ‘я тебя люблю’ может выполнять функции благодарности, извинения, прощания. Кроме того, предлагается пятишаговый алгоритм анализа текста.

Ключевые слова и фразы: редуцированные речевые акты; пятишаговый алгоритм анализа текста; коммуникативные условия реализации; поверхностное и глубинное значение; логико-синтаксические отношения.

Бочкарев Арсентий Игоревич*Новосибирский государственный технический университет**arsentiy_87@mail.ru***О НЕКОТОРЫХ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ НЕПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА ВТБ 24)**

Впервые акцент на исследование гендерных особенностей речи был сделан американским лингвистом Р. Лакофф, которая ввела термин , женский регистр. Также Р. Лакофф отмечает, что для женщин характерно использование таких лингвистических форм, которые подчеркивают их подчиненное положение в обществе. Так, по мнению Р. Лакофф характерной особенностью женской речи является употребление разделительных вопросов, вопросительных интонаций в утверждениях и , слабых директивов [9]. Примерно в это же время появляется работа М. Р. Кей, которая характеризует язык женщин как , язык оправданий, а язык мужчин как , язык объяснений [8]. В дальнейшем интерес к изучению гендерных особенностей, находящихся отражение в речи, только возрастал, что привело к появлению такого направления в науки как гендерная лингвистика. И, если в ранних работах, посвященных вопросам гендерных особенностей речи, женский стиль коммуникации воспринимался как ущербный [8; 9], то в более поздних работах утвердилось мнение, что мужской язык незаслуженно возвели в норму и характеристики женского языка нельзя оценивать отрицательно [10]. Интересным также представляется подход Д. Цимерманна и К. Уэст, которые выдвигают предположение о том, что изначально не существует женских или мужских языков. По их мнению, можно говорить скорее о гендерных стереотипах, которые навязываются обществом. Так, процесс создания гендера является непрерывным и включает в себя комплекс социально контролируемых действий [11]. Можно спорить относительно того, являются ли гендерные характеристики стереотипами, формируемыми обществом, или нет, но то, что данные гендерные характеристики существуют, меняются и нуждаются в пристальном изучении – неоспоримо.

В этой связи представляется интересным исследование гендерных особенностей не прямой коммуникации. Данный вопрос является важным по той причине, что разность в использовании не прямой коммуникации порождает очень часто недопонимание между мужчинами и женщинами, что порой приводит к серьезным конфликтам. В данной статье, на материале рекламного ролика ВТБ 24, мы рассмотрим особенности не прямой коммуникации, характерные исключительно для женской речи.

Рекламный ролик под названием , ВТБ 24: “Я тебя люблю” [3] представляет собой диалог между мужчиной и женщиной. На наш взгляд, серия реклам ВТБ 24 является ценным материалом для исследования не прямой коммуникации, так как транспонированные и редуцированные речевые акты (РА) изначально эксплицированы. Следовательно, это решает основную проблему, связанную с реконструкцией косвенных речевых актов (КРА), которая заключается в том, что любая реконструкция носит аппроксимированный характер. Основной задачей исследователя в данном случае является определение релевантных параметров реализации РА. Отметим, что мы уже брали другие рекламные ролики ВТБ 24 в качестве практического материала, например, для анализа языковой игры, в основе которой лежит транспозиция РА [1].

Реклама

В комнате сидят мужчина и женщина. Мужчина за ноутбуком, женщина листает журнал.

ЖЕНЩИНА. Я хотела бы с тобой посоветоваться. (Текст на экране: я уже все решила). *МУЖЧИНА.* (На сайте ВТБ 24, не сводит взгляд с монитора). Советуйся. (Текст на экране: я знаю, ты уже все решила). *Ж.* (Смотрит в журнал, там реклама люстры). Нам... нам пора, что-то менять. (Текст на экране: сделать ремонт и купить мебель). *М.* (Мужчина закрывает ноутбук и смотрит на жену). А что именно? (Текст на экране: но все наши деньги вложены в бизнес...) *Ж.* (Берет со стола что-то, в результате падает папка банка ВТБ 24) Не знаю что, но можно начать прямо завтра. (Текст на экране: а я уже взяла кредит). *М.* (Видит эту папку и улыбается) Действительно. А чего ждать. (Текст на экране: кредит наличными за один день). *Ж.* Я тебя люблю! (Текст на экране: я тебя люблю!) [3].

Мы предлагаем следующий алгоритм для анализа данного рекламного ролика: шаг 1 – разделение текста на композиционно-смысловые сегменты; шаг 2 – определение коммуникативных условий реализации

текста; шаг 3 – разбивка текста на отдельные РА с выделением редуцированных РА; шаг 4 – определение поверхностных и глубинных логико-синтаксических отношений между РА; шаг 5 – установление механизма импликации транспонированных РА. Применяемые виды анализа: семный, контекстуальный. Частично данный анализ применялся нами в [2].

Представленный выше текстовый фрагмент, относящийся к нарративным текстовым структурам, можно разделить на три композиционно-смысловых сегмента. Первый сегмент представляет собой завязку действия и включает первую иницирующую реплику женщины (Ж.) и реактивную реплику мужчины (М.). Во втором сегменте представлена основная идея текстового фрагмента (Ж. хочет сделать ремонт и купить мебель), с точки зрения композиции данный сегмент включает развитие и кульминацию действия. Третий сегмент является развязкой действия.

Таблица.

Коммуникативные условия реализации

Ситуация
Место: квартира. Действие: М. сидит за компьютером и изучает условия кредитования банка ВТБ 24; Ж. листает журнал . Мебель. Обсуждают вопрос ремонта и покупки новой мебели. Следствие: У М. нет свободных для трат денег, Ж. хочет купить мебель и сделать ремонт. М. и Ж. находятся в близких отношениях друг к другу.

Сегмент 1.

Ж. 1) *Я хотела бы с тобой посоветоваться.* М. 2) *Советуйся* [3].

Схема взаимодействия РА на поверхностном уровне: 1) *запрос действия (разрешения) – 2) разрешение.*
Схема взаимодействия РА на глубинном уровне: 1) *утверждение (сообщение) – 2) идентификация сообщения.*

В рассматриваемом примере глагол , посоветоватьсяĭ имеет значение *все решено*. В словарях выделяется два значения глагола посоветоваться: 1. Попросить совет, указаний; 2. Обменяться советами [5, с. 1505]. В представленном контексте реализуется первое значение анализируемой лексической единицы, так как второе значение реализуется только во взаимных полупассивных синтаксических конструкциях, т.е. подлежащие включает субъект и объект действия, например, .охотники посоветовались и решили походить по тайгеĭ [Там же]. В анализируемом РА (1) субъект и объект действия разделены. В словаре существительное , советĭ определяется как , указание, предложение как поступитьĭ [6, с. 76]. Соответственно, можно изменить изначальную дефиницию глагола , посоветоваться» на следующую: попросить указаний, предложение как поступить. Очевидно, что данное значение предполагает некую неопределенность адресата в дальнейших действиях. В рассматриваемом случае Ж. при помощи глагола , посоветоваться» в значении *все решено*, реализует стратегию сохранения позитивной репутации адресата, но при этом неясно как адресат должен адекватно расшифровать значение РА (1), если словарная дефиниция глагола , посоветоватьсяĭ не имеет значения *все решено*. Для ответа на этот вопрос мы проанализировали примеры из русскоязычной части Интернета, содержащие словосочетание , хочу посоветоваться», так как наше исследование направлено, прежде всего, на выявление гендерных особенностей не прямой коммуникации, то мы отобрали по сто примеров данных предложений, употребленных женщинами и мужчинами. Расширенный контекст показал, что в случае женщин значение *все решено* у словосочетания , хочу посоветоваться» был реализован в 6 случаях из 100, в случае мужчин таких примеров не было найдено. Полученный результат говорит о том, что значение *все решено* у глагола , советоватьсѧ не является окказиональным в речи женщин. В рассматриваемой ситуации использование глагола , советоватьсѧ со значением *все решено* обусловлено двумя факторами: во-первых, сохранение позитивной репутации адресата; во-вторых, формально мнение М. должно учитываться, так как в дальнейшем будет обсуждаться вопрос траты совместных денег. Идентификация М. данного значения в представленном контексте основывается на знании особенностей коммуникативного поведения собеседника, т.е. для Ж. характерен запрос подобных , советов». В противном случае М. не смог бы правильно интерпретировать значение анализируемого глагола, так как практика показывает, что и для женщин, и для мужчин характерно употребление глагола , посоветоваться» в тех случаях, когда действительно существует некая неопределенность в дальнейших действиях. Соответственно, в представленном контексте реализуется такая стереотипная гендерная особенность не прямой коммуникации, как информирование мужчины женщиной о своих дальнейших планах путем выражения неопределенности. Далее возникает вопрос, на каком основании Ж. должна интерпретировать РА (2) как идентификацию ее истинных намерений. В рассматриваемом примере существует два фактора, способствующие адекватной интерпретации РА (2). Во-первых, М., отвечая Ж., не отрывается от компьютера, это свидетельствует о том, что, на его взгляд, Ж. не требуется его мнения и можно не отвлекаться от своих дел. Во-вторых, М. использует глагол , советуйсѧ, который в данном контексте имеет значение , все решеноĭ, тем самым он показывает Ж., что он идентифицировал глубинный уровень РА (1). Использование любого другого ответа предполагало бы, что М. интерпретировал РА (1) как реальный совет, если, конечно, у коммуникантов соответствующее значение не закреплено за какими-то другими лексическими единицами.

Сегмент 2.

Ж. 3) *Нам... нам пора что-то менять*. М. 4) *А что именно?* Ж. 5) *Не знаю что, но можно начать прямо завтра* [3].

Схема взаимодействия РА на поверхностном уровне: 3) *предложение* – 4) *запрос-уточнение* к 3 – 5) *ответ* к 4. Схема взаимодействия РА на глубинном уровне: 3) *предложение* – 4) (а) *несогласие* к 3; (б) *аргумент* к 4 (а) – 5) *контраргумент* к 4 (б).

В РА (3), как и в РА (1), на поверхностном уровне выражается неопределенность относительно будущих действий, в то время как на глубинном уровне выражается дальнейший план действий. В РА (3) глагол , *менять* конкретизируется до глаголов *купить и сделать*, что обусловлено сочетаемостью соответствующих существительных, в то время как лексическая единица , что-то¹ приобретает значение *ремонт и мебель*. Лексическая единица , что-то¹ в представленном контексте является местоимением, а не наречием, так как валентность глагола , *менять* требует прямого дополнения. Следовательно, местоимение , что-то¹ должно реализовывать одно из четырех возможных актуальных значений: 1) неизвестно, непонятно что; неопределенный или неизвестный предмет, явление и т.п.; 2) нечто неопределенное, пока не понятое, не разгаданное, не найденное; 3) нечто немного, кое-что; 4) вопросительное местоимение: а) обозначает общий вопрос о предмете, явлении, действии; б) в именительном падеже употребляется в значении сказуемого, обозначая вопрос о качестве, свойстве, состоянии кого-нибудь [7, с. 1138-1139]. В данном контексте исключается: 1) третье значение, так как оно носит сему определенности, в то время как дальнейший контекст ясно дает понять, что в РА (3) местоимение , что-то¹ передает некоторую неопределенность. Так, РА (4) направлен на уточнение непосредственно местоимения , что-то¹. В свою очередь в РА (5) уточнение не дано, а неопределенность усилена; 2) четвертое значение, так как анализируемый РА не является вопросом. Соответственно, лексическая единица , что-то¹ может реализовывать либо первое, либо второе значение. На наш взгляд, эти значения очень похожи и их разграничение не является сколько-нибудь релевантным для нашего исследования. Главной проблемой интерпретации глубинного смысла РА (3) является соотнесение лексической единицы , что-то¹ со значением *мебель и ремонт*, так как ни контекст высказывания, ни словарные дефиниции лексической единицы , что-то¹ не подразумевают данного значения. Решить возникшую проблему помогают коммуникативные условия реализации РА (3), так Ж., разговаривая с М., читает журнал с названием , *Мебель*. Соответственно, логично предположить, что если человек читает журнал про мебель и ремонт и говорит об изменениях, то эти изменения касаются мебели и ремонта в квартире. Анализируя РА (4), прежде всего, следует отметить, что на глубинном уровне РА (4) с пропозицией , *Но все наши деньги вложены в бизнес* реализует две функции: несогласия с РА (3) и аргумент к несогласию. Рассматриваемую пропозицию можно разделить на две части: , *но* и , *все наши деньги вложены в бизнес*. Именно первая часть выполняет функцию несогласия, в то время как вторая выполняет функцию аргумента. Следует отметить, что стандартно функцию несогласия или отказа выполняет пропозиция , *нет*, которая часто дается в редуцированном виде. Так, если реактивный РА, начинающийся с союза , *но*, выполняет функцию альтернативы, то между ним и иницирующим РА можно вставить пропозицию , *нет*. Например, – *У вас клопы есть?* – *Нет, но если вы пожелаете...* В представленном примере нельзя говорить о том, что редуцирована пропозиция , *нет*, так как союз , *но*, в случае если последующий РА выполняет функцию аргумента, привязан непосредственно к предыдущему РА другого коммуниканта. Реализация функции несогласия становится возможной благодаря противительной семантике союза , *но*. Кроме того, несогласие, выражаемое при помощи союза , *но*, в большей мере предполагает дальнейшую дискуссию по сравнению с другими видами выражения несогласия. Теперь установим механизм импликации двух частей пропозиции – несогласия , *но* и аргумента , *все наши деньги вложены в бизнес* – из пропозиции , *а что именно*. Безусловно, то, что рассматриваемые пропозиции не связаны семантически. Импликация может быть основана исключительно на контексте высказывания. Так, до настоящего момента коммуниканты полностью понимали друг друга как на поверхностном, так и на глубинном уровне. РА (3) на обоих уровнях является предложением. И если на поверхностном уровне предложение содержит неизвестную, выраженную местоимением , что-то¹ (соответственно, М. может продолжить коммуникацию при помощи РА вопроса-уточнения), то на глубинном уровне неизвестных нет, поэтому у М. есть только две опции: согласие и несогласие. РА (4) является вопросом и направлен на дальнейшее развитие диалога, т.е. коммуникация на этом не заканчивается как на поверхностном, так и на глубинном уровне. Так как коммуникация продолжается, то очевидно, что РА (4) на глубинном уровне не может выполнять функцию согласия. Таким образом, РА (4) выполняет функцию несогласия. Сложнее обстоят дела с импликацией аргумента , *все наши деньги вложены в бизнес*. На основании контекста невозможно осуществить данную импликацию. Несмотря на то что М. сидит за компьютером на сайте ВТБ 24, это никоим образом не помогает Ж. осуществить данную импликацию, так как она не видит, что за компьютером делает М. Безусловно, можно предположить, что Ж. знает, что деньги вложены в бизнес, а М. ей всего лишь напоминает об этом. Таким образом, по данному вопросу коммуниканты обладают одним набором пресуппозиций. На наш взгляд, авторам рекламы все же стоило актуализировать соответствующую информацию. Например, ноутбук мог располагаться так, чтобы Ж. могла видеть, чем занимается М. Наконец, осуществим импликацию пропозиции , *А я уже взяла кредит* из пропозиции , *Не знаю что, но можно начать прямо завтра*. Как было отмечено выше, для рассматриваемой коммуникативной ситуации на поверхностном уровне неопределенность насчет дальнейших действий является основной чертой речи Ж., в то время как на глубинном уровне выражается определенность. Соответственно, в анализируемом случае представляется логичным переход будущего времени (время по природе своей неопределенное) в прошедшее (время по природе своей определенное). Таким образом, , *завтра* переходит в *уже*. Остается

только определить, каким образом М. должен понять, какое действие осуществляется на глубинном уровне. Адекватной интерпретации РА (5) способствует контекст высказывания. Так, Ж. роняет со стола папку ВТБ 24. Соответственно, М. понимает, что Ж. была в ВТБ 24, принимая во внимание тот факт, что она хочет сделать ремонт и купить мебель, то логично предположить, что речь на глубинном уровне идет о взятии кредита. Тот факт, что Ж. взяла кредит, не поставив в известность своего мужчину, конечно, вызывает ряд вопросов, но они носят скорее этический характер.

Сегмент 3.

М. (Видит папку ВТБ 24 и улыбается). 6) Действительно. 7) А чего ждать.

Ж. 8) Я тебя люблю [3]!

Схема взаимодействия РА: 6) *согласие* к 5 – 7) *интенсификация* к 6 – 8) *благодарность*.

Данный сегмент, являющийся развязкой, не содержит редуцированных или транспонированных РА и, как следствие, не представляет для нас особого интереса. Тем не менее, наш выбор функции для РА (8) нуждается в объяснении. Для определения функции РА (8), обратимся к предыдущему контексту. Аллокуция (намерение адресанта достигнуть какой-либо цели посредством говорения) Ж. в представленном диалоге убедить М. потратить деньги на ремонт, в итоге она реализует эту аллокуцию, М. соглашается с ней. Итак, Ж. убеждает М. выполнить совместное действие, которое нужно, прежде всего, Ж. Соответственно, принцип вежливости требует от Ж. выражения благодарности. Но Ж. не может выразить благодарность на поверхностном уровне конвенционально, так как аллокуция убеждения была реализована исключительно на глубинном уровне. В то время как на поверхностном уровне Ж. советовалась с М., и ни к чему конкретному они не пришли. Возникает вопрос: можно ли осуществлять благодарность при помощи пропозиции *я тебя люблю*. Для ответа на этот вопрос мы проанализировали 500 примеров из национального корпуса русского языка, содержащие пропозицию *я тебя люблю*. Примеры выбирались методом сплошной выборки. Анализ дал следующие результаты возможных функций, которые может выполнять РА с пропозицией *я тебя люблю*.

1. Констатация. *Посиди со мной, ты же мой единственный друг. Все поразбегались, гады... Я тебя люблю. Ты думаешь, я тогда, после инаугурации, по ошибке послал за тобой, а не за Мэри? Нет, Жаклин, я не ошибся. Это – судьба* (Камикадзе) [4].

Данная функция пропозиции *я тебя люблю* является наиболее частотной. Безусловно, подобные случаи нуждаются в более тщательном исследовании. Их природа и причины столь экстенсивного употребления заслуживают внимания, так как в подобных случаях адресант не сообщает никакой новой информации, т.е. он либо уже признавался в любви до этого, либо данный РА не является признанием вообще. На наш взгляд, данный РА может восприниматься как стандартизованный экспрессив, выражающий состояние благоприятного настроения адресанта к адресату.

2. Сообщение. *Всё собирался тебе сказать, да случая не было. Я тебя люблю. Не веришь?* (На испытаниях) [Там же].

В подобных случаях адресант сообщает адресату о своих чувствах. Подобные РА имеют смешанную природу: во-первых, они передают новую информацию, а, следовательно, являются репрезентативами; во-вторых, они выражают психологическое состояние, а, следовательно, принадлежат и к экспрессивам. При чем именно данная функция пропозиции *я тебя люблю* является ее изначальной функцией.

3. Благодарность. *И вот теперь я привёл в "Барселону" свою жену. – Милый, я так счастлива, – шепчет Шуручка. – Я тебя люблю.* (Звездный билет) [Там же].

Следует отметить, что только в женской речи нами были найдены случаи употребления пропозиции *я тебя люблю*, выражающие благодарность.

4. Извинение. *Не хотела так тебя расстроить. Правда. – Только, что бы такие мысли из головы выкинула. – Я тебя люблю, – виновато протянула я.* (Предраасветные сумерки) [Там же].

5. Прощание. *–И все". Устала, нет времени и сил писать. Я тебя люблю и целую!* (Венерин волос) [Там же].

В качестве как прощания, так и извинения пропозиция *я тебя люблю* используется только очень близкими друг другу людьми, чтобы подчеркнуть свои чувства. В большей степени подобное использование пропозиции *я тебя люблю* характерно для женщин. Хотя мужчины тоже используют данную пропозицию в функциях извинения и прощания. Тем не менее, это является заимствованием особенностей женской речи.

Соответственно, анализ корпуса русского языка показал, что пропозиция *я тебя люблю* действительно может выражать благодарность, но такие примеры исключительно характеризуют женскую речь. Кроме того, надо сказать, что столь экстенсивное употребление данной пропозиции в самых различных функциях превращает ее в конвенциональную форму выражения благоприятного отношения адресанта к адресату.

Таким образом, можно обозначить следующие гендерные особенности непрямого общения. Во-первых, на поверхностном уровне РА в женской речи может выражаться неопределенность насчет дальнейших действий, а на глубинном уровне выражается полная уверенность в дальнейших действиях. Во-вторых, на поверхностном уровне РА используются временные маркеры будущего времени, а на глубинном уровне они заменяются маркерами прошедшего времени. Данная особенность также характерна для женской речи. В-третьих, в женской речи пропозиция *я тебя люблю* может выполнять функцию благодарности, извинения и прощания. Итак, на наш взгляд, гендерным особенностям речи по праву уделяется пристальное внимание, так как понимание разницы между речью мужчин и женщин способствует улучшению процесса коммуникации. Кроме того, в данной работе был предложен пятишаговый алгоритм анализа текста, который состоит из: разделения текста на композиционно-смысловые сегменты; определения коммуникативных условий реализации текста; разбивки текста на отдельные РА с выделением редуцированных РА; определения поверхностных и глубинных логико-синтаксических отношений между РА; установления механизма импликации транспонированных РА.

Список литературы

1. **Бочкарев А. И.** Транспозиция речевых актов как основа языковой игры (на примере рекламного ролика банка ВТБ 24) // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2014. № 2. С. 153-160.
2. **Бочкарев А. И.** Функционально-прагматические характеристики восклицания Да ладно // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 7 (37). Ч. 1. С. 40-43.
3. **ВТБ 24: «Я тебя люблю»** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=OYTYRvag0XI> (дата обращения: 10.11.2014).
4. **Национальный корпус русского языка (НКРЯ)** [Электронный ресурс]. URL: www.ruscorpora.ru (дата обращения: 10.11.2014).
5. **Словарь современного русского литературного языка:** в 17-ти т. / под ред. К. А. Тимофеева, Н. М. Меделец. М.: Изд-во АН СССР, 1960. Т. 10. 1774 с.
6. **Словарь современного русского литературного языка:** в 17-ти т. / под ред. Л. И. Балахоновой, Л. А. Войновой. М.: Изд-во АН СССР, 1963. Т. 14. 1390 с.
7. **Словарь современного русского литературного языка:** в 17-ти т. / под ред. Л. С. Ковтуна, В. П. Петушкова. М.: Изд-во АН СССР, 1965. Т. 17. 2126 с.
8. **Key M. R.** Male / Female Language. Metuchen: Scarecrow Press, 1975. 350 p.
9. **Lakoff R.** Language and woman's place // Language in Society. 1973. № 1. P. 45-80.
10. **Spender D.** Man Made Language. London: Routledge & Kegan Paul, 1980. 250 p.
11. **West C., Zimmerman D.** Doing Gender // Gender & Society. 1987. № 1. P. 125-151.

**ON SOME GENDER FEATURES OF INDIRECT COMMUNICATION
(BY THE EXAMPLE OF COMMERCIALS OF VTB 24)**

Bochkarev Arsentii Igorevich
Novosibirsk State Technical University
arsentiy_87@mail.ru

The article reveals the features of indirect communication, typical of woman's speech. So, on a superficial level uncertainty about future action is expressed, while on a deep level – confidence is expressed. Also, on a superficial level the markers of the future tense are used, and on a deep level – the past tense markers. In the women's speech the proposition "I love you" can perform the functions of gratitude, apology, and farewell. In addition, the five-step algorithm for a text analysis is proposed.

Key words and phrases: reduced speech acts; five-step algorithm for text analysis; communicative conditions of realization; superficial and deep meaning; lexical-semantic relations; logical-syntactical relations.

УДК 81-23

Филологические науки

В статье раскрывается содержание понятия «падежная форма». Автор акцентирует свое внимание на критическом анализе подходов к данному понятию. За основу принимается постулат о том, что языковая форма безразлична к означаемой ею когнитивной структуре, в связи с чем форма должна рассматриваться как исходный пункт для реконструкции мысли, кодируемой ею.

Ключевые слова и фразы: категория падежа; глубинные и поверхностные структуры; падежная форма; предлог; послелог.

Буренко Людмила Васильевна, к. филол. н.
Южный федеральный университет
lburenko@yandex.ru

**ПАДЕЖНАЯ ФОРМА: СООТНОШЕНИЕ ПАДЕЖНЫХ ФЛЕКСИЙ,
ПРЕДЛОГОВ И ПОСЛЕЛОГОВ[©]**

Вследствие своей неоднозначности категория падежа является предметом пристального внимания лингвистов, представителей различных школ и направлений.

Принципиальное различие падежных теорий предопределено разнонаправленным подходом при анализе категории падежа: , от формы к значению или , от значения к форме.

До недавнего времени существовало два подхода к изучению данной категории: так называемый , формальный подход и , семантический, или , функциональный подход. При выделении падежа с точки зрения , формального подхода учёные ориентируются на определённые внешние различия, соответствующие смысловым различиям хотя бы в части рассматриваемых случаев. Кроме того, существует так называемое , узкоформальное» понимание падежа [10, с. 53], которое требует, чтобы внешние различия между падежами выражались морфологическими средствами в пределах самой словоформы. В данном случае падеж представляет