

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-3-20

УДК 811.11-112

СПОСОБЫ ПОЛИТИЧЕСКИ КОРРЕКТНОГО ИМЕНОВАНИЯ ЛИЦА В КЛИЕНТСКОМ ДИСКУРСЕ

Михайлова М.С.

Целью настоящей статьи является описание моделей политически корректного именования лиц с ограниченными возможностями жизнедеятельности, замещающих прямые номинации человека, задевающие его чувства и достоинства.

В статье проанализированы приемы политически корректных именований лиц в клиентском дискурсе, представленном сайтами англоязычных страховых и авиакомпаний. Определено понятие клиентского дискурса, описан механизм политкорректного именования лиц в англоязычном клиентском дискурсе.

Ключевые слова: коммуникация, политкорректность, клиентский дискурс, именование лица.

POLITICALLY CORRECT MEANS OF PERSON'S NOMINATION IN CLIENTELE DISCOURSE

Mikhaylova M.S.

The purpose of the present article is to describe the patterns of politically correct naming of persons with disabilities, replacing direct human nominations, that can hurt one's feelings and dignity.

The article deals with the ways of politically correct persons' nomination in the clientele discourse presented on the English-language web-sites of insurance and air-

line companies. The author gives the definition of the clientele discourse, educes the linguistic mechanism of politically correct persons' naming in the English clientele discourse.

Keywords: communication, political correctness, clientele discourse, person's nomination.

Коммуникация в современном мультикультурном сообществе требует учета значимости категории политкорректности, которая определяет нормы вежливого поведения в различных коммуникативных условиях. Политкорректность (политическая корректность, от англ. *political correctness*) – культурноповеденческая и языковая тенденция, нацеленная на замену устоявшихся терминов, могущих задеть чувства и достоинство того или иного индивидуума эмоционально нейтральными и/или положительными эвфемизмами [1].

Определяя характеристики политической корректности, следует отметить, что она призвана стать инструментом профилактики конфликтов в обществе путем установления специальных норм речевого этикета, прежде всего, употребления особого языка, содержащего исключительно выражения, которые будут эмоционально положительно восприняты представителями всех или большинства групп адресатов, и табуизации целого ряда слов и выражений, которые могут привести к негативным ассоциациям [3]. По мнению С.Г. Тер-Минасовой, политкорректность сводится к стремлению «найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума, ущемляют его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п.» [4. С.115]. С точки зрения лингвистики, политически корректные высказывания, будучи эмоционально нейтральными словами или выражениями, употребляются вместо синонимичных им слов или выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными [2. С.116].

Явление политической корректности (или политкорректности) в последние годы все прочнее входит в повседневную жизнь общества, а значит, становится актуальным предметом научного исследования. В связи с относительно недавним началом распространения явления политкорректности, данная тема не получила достаточно полного осмысления в лингвистических исследованиях, и некоторые аспекты вопроса остаются не до конца разработанными. Политическая корректность проникает в разные сферы человеческого общения, становясь привычным явлением, эталоном идеальной коммуникации. В частности, особый интерес представляет именование лиц-участников коммуникации в клиентском дискурсе, который можно определить как взаимодействие двух и более лиц по вопросам предложения / потребления различных товаров / услуг на возмездной и безвозмездной основе. Сфера клиентского дискурса предполагает непосредственное, личное общение с клиентами, потребителями услуг, следовательно, на первый план выходит коммуникативная этика, стремление сохранить лицо, как свое, так и клиента. В данной связи, в рассматриваемом дискурсе большую популярность приобретают политкорректные именования лиц-клиентов. Приведенное рабочее определение клиентского дискурса необходимо для того, чтобы максимально конкретно очертить сферу, в которой проходила выборка материала.

В настоящей статье приводятся результаты анализа приемов политкорректного именования в английском языке лиц, у которых возможности жизнедеятельности в обществе ограничены из-за физических, умственных, сенсорных или психических недостатков. Они являются потенциальными клиентами компаний, предоставляющих услуги по страхованию и авиаперевозкам, но требуют, в отличие от остальных клиентов, некоторого дополнительного внимания. Материалом исследования послужили тексты англоязычных сайтов страховых (MetLife, MORE THEN и др.) и авиакомпаний (Delta, United Airlines и др.). В текстах данных сайтов были выделены особенности именования лиц по следующим признакам:

1) Физические характеристики

- *Travelers with chronic conditions*
- *Passengers with limited mobility*
- *Passengers requiring extra space*
- *Passengers with a fused/immobilized leg*
- *Physically-challenged individuals*
- *Passenger with a disability*
- *Individuals with a disability*
- *Passenger who has both severe vision and hearing impairments*
- *Guests with reduced mobility*
- *Guests with limited mobility*
- *Passengers with restricted mobility*
- *Customers with chronic conditions*

2) Умственные характеристики:

- *Travellers with mental disability*
- *Mentally-challenged travelers*

Широкая распространенность именованя клиентов по вышеперечисленным признакам и отсутствие именованя по другим, таким как раса, национальность, пол и др. связана с особой сферой обслуживания и типом клиентуры. Анализ синтаксической и категориально-семантической составляющих указанных выше словосочетаний позволил выявить общность приемов образования языковых форм политкорректного именованя лица с ограниченными возможностями жизнедеятельности в обществе из-за физических, умственных, сенсорных или психических недостатков в клиентском дискурсе.

На синтаксическом уровне политкорректное именование лица представлено словосочетанием со структурой *X with Y*, где *X* – имя существительное, являющееся нейтральным именованем лица (*traveler, passenger, individual, guest, employee*), а *Y* – номинативная группа с именем прилагательным или причастием, косвенно указывающим на физические или умственные недостатки челове-

ка. Анализ категориально-семантического наполнения выделенной структуры свидетельствует о том, что в клиентском дискурсе вместо лексемы *invalid* (*'one who is incapacitated by a chronic illness or disability'*) принято выбирать словосочетания с прилагательными или причастиями, описательно характеризующими базовое понятие *'disability'* через конкретизацию признаков *'limitation, restriction of mobility'*. Так, в словосочетаниях *limited mobility, reduced mobility* существительное *mobility* уточняется с помощью причастий, образованных от глаголов *limit, reduce, restrict*, были также выявлены случаи использования семантически точных причастий в позиции определения к существительному, например, *immobilized leg*. В ходе анализа был выявлен второй вариант конструкции, в котором обозначение лица занимает вторую позицию, а ему предшествует причастие, образованное от глагола *to challenge*, например, *physically-challenged individuals, mentally-challenged travelers* и т.д.

Рассмотрим особенности использования выделенного приема именованного клиента с ограниченными возможностями жизнедеятельности в обществе из-за физических, умственных, сенсорных или психических особенностей в клиентском дискурсе. Так, в примере, взятом с сайта авиакомпании Jet Airways [III], *Guests with reduced mobility will be provided courtesy wheelchair assistance on request. Although not required, advance notice and confirmation of arrangements helps us to provide you with timely and better service* политкорректным именованном лица является словосочетание *guests with reduced mobility*. Выбор компонента *X* – имени существительного *guest* (*'a distinguished visitor to whom the hospitality of an institution, city, or government is extended'*) – позволяет выразить доброжелательное отношение компании к клиентам, требующим специального внимания, а *Y* – это причастие, образованное от глагола *reduce* и косвенно указывающее на наличие физического недостатка.

На сайте страховой компании International Health Insurance [II] присутствует текст, в котором представители компании в весьма завуалированной форме передают значение точного понятия *invalid*: *"We can help you personalize*

your benefits by including coverage for outpatient treatment, maternity, and dental, among others. If you have a chronic or pre-existing condition, speak with one of our advisors to find the expatriate health insurance plan that will best meet your medical coverage needs". Фраза *a chronic or pre-existing condition* является собой еще один пример именованного лица, намеренно не называющий физические и иные личные проблемы клиента. В данном случае модель именованного лица *X with Y* представлена не полностью, в ней отсутствует имя существительное, называющее лицо, однако оно подразумевается контекстом. В рассматриваемом примере прямое обращение без использования отвлеченной формы 3-го лица помогает компании-страхователю сократить дистанцию между адресатом и адресантом, приблизиться к потенциальному клиенту и расположить его к себе.

Еще один пример взят на сайте авиакомпании DELTA [1]: "*We do not ask about your disability but ask about services that make travel possible for you as a customer with a disability. Services for a customer with a disability are free of charge*". В данном отрывке словосочетание *customer with a disability* представляет собой политически корректное именование клиента, оно также подчиняется общей модели *X with Y*, которая описательно характеризует группу людей с ограниченными возможностями, на это указывает имя существительное *disability*.

Все выявленные примеры политкорректного именованного лица с ограниченными возможностями жизнедеятельности в обществе из-за проблем со здоровьем позволяют заменить в клиентском дискурсе политически некорректные слова, являющиеся прямыми именованиями лиц по физическим, умственным, иным характеристикам (напр., *invalid, handicapped, disabled, incapable*). Кроме того, в таких ситуациях принято использовать эвфемистические перифразы – словосочетания, которые в более мягкой форме апеллируют к понятию "*человек с ограниченными возможностями*", подчеркивая уважительное и дружелюбное отношение компании к клиентам подобного рода. В заключение отметим, что политкорректность представляет этику нежелательности или запрета на упот-

ребление в устной и письменной речи слов и выражений, считающихся оскорбительными для определённых социальных групп, выделяемых по признаку расы, пола, возраста, вероисповедания, сексуальной ориентации, физического и умственного состояния и т. п. Проведенный анализ позволяет предположить наличие смысловой градации в семантизации выявленной модели в клиентском дискурсе – от прямого до косвенного и далее эвфемистического именованя лица.

Список литературы

1. Большая актуальная политическая энциклопедия / Под общ. ред. А. Белякова и О. Матвейчева. М.: Эксмо, 2009. 412 с. URL: <http://politike.ru/dictionary/839/symbol/192>

2. Киселева Т.В. Коммуникативная корректность в языковой картине мира // Языковая семантика и образ мира. Материалы международной научной конференции, 7-10 октября 1997 г. Казань: Казанский государственный университет, 1998. С. 115-117.

3. Современная политическая лингвистика : проблемы, концепции, перспективы : Сб. науч. тр. / ВГПУ; Волгоградский институт бизнеса. Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена». 2009. 353 с.

4. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М. : Слово / Slovo, 2000. 262 с.

Список источников примеров

I. DELTA. URL: <http://www.delta.com/>

II. International Health Insurance. URL: <http://www.international-health-insurance.com/>

III. Jet Airways. URL: <http://www.jetairways.com/>

References

1. Belyakova A., Matveycheva O. *Bolshaya aktual'naya politicheskaya enciklopediya* [Big Up-to-Date Political Encyclopedia]. M.: Eksmo, 2009. 412 p.
<http://politike.ru/dictionary/839/symbol/192>
2. Kiseleva T.V. *Kommunikativnaya korrektnost v yazykovoii kartine mira* [Communicative Correctness in Linguistic Worldimage]. *Yazykovaya semantika i obraz mira. Materialy mejdunarodnoi nauchnoi konferencii, 7-10 oktyabrya 1997* [Language Semantics and image of the world. Proceedings of the International Conference, 7-10 October 1997]. Kazan : Kazanskii gosudarstvennyi universitet, 1998. pp. 115-117.
3. *Sovremennaya politicheskaya lingvistika : problemy, koncepcii, perspektivy* [Contemporary Political Linguistics : Problems, Concepts, Perspectives] : Sb. nauch. tr. / VGPU; Volgogradskii institut biznesa. Volgograd : Izd-vo VGPU «Peremena». 2009. 353 p.
4. Ter-Minasova S.G. *Yazyk i mezhkulturnaya kommunikaciya* [Language and Intercultural Communication]. M. : Slovo, 2000. 262 p.

List of Examples Sources

- I. DELTA. <http://www.delta.com/>
- II. International Health Insurance. <http://www.international-health-insurance.com/>
- III. Jet Airways. <http://www.jetairways.com/>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Михайлова Маргарита Сергеевна, документовед Управления международного сотрудничества

Волгоградский государственный университет

проспект Университетский, 100, Волгоград, 400062, Россия

dangerous604@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Mikhaylova Margarita Sergeevna, Document Controller of International Office

Volgograd State University

100, prospect Universitetsky, Volgograd, 400062, Russia

dangerous604@gmail.com

Рецензент:

Ильинова Е.Ю., профессор кафедры английской филологии Волгоградского государственного университета; доктор филологических наук, профессор