

Анастасьева О. А.,

Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства им. П. Василенко

ЯЗЫКОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ УСТАНОВКИ НА УНИЧИЖЕНИЕ / САМОУНИЧИЖЕНИЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ АФОРИЗМЕ

У статті розглянуто прагматичні установки англомовного афоризму. Проаналізовано мовностилістичні засоби їх реалізації. Виділені стилістичні фігури, стилістично-синтаксичні та стилістично-семантичні засоби реалізації прагматичної установки на зневагу (самозневагу) в англомовних афоризмах.

Ключові слова: прагматична установка, потенційна прагматична установка, мовностилістичні засоби.

В статье рассматриваются прагматические установки англоязычного афоризма. Проанализированы языково-стилистические средства их реализации. Выделены стилистические фигуры, стилистическо-синтаксические и стилистическо-семантические средства реализации прагматической установки на уничижение (самоуничижение) в англоязычных афоризмах.

Ключевые слова: прагматическая установка, потенциальная прагматическая установка, языково-стилистические средства.

The paper deals with pragmatic settings of English aphorisms. The stylistic means of their realization have been presented and illustrated by examples. Stylistic schemas, syntactic semantic means of realization of pragmatic setting for disparagement in English aphorisms have been revealed.

Key words: pragmatic setting, potential pragmatic setting, linguistic stylistic means.

Актуальность исследования прагматистического аспекта англоязычного афоризма определяется общей направленностью современной научной парадигмы, ее заинтересованностью проблемами функционирования языковых единиц, а также недостаточной степенью изученности объекта.

Объектом данной статьи являются афористические высказывания англоязычных авторов, предметно-языково-стилистические средства реализации потенциальных прагматических установок, выявленных на материале 500 афоризмов англоязычных авторов, отобранных методом сплошной выборки.

Регуляция социального поведения подразумевает воздействие на эмоциональную и рациональную сферу человека, на сферу его знаний и поведения, которое осуществляется одновременно на культурологическом, социальном и психологическом уровнях. Воздействие на культурологическом уровне осуществляется всем контекстом культуры. Воздействие на социальном уровне представляет собой влияние на человека как представителя той или иной общности, группы и осуществляется целенаправленным выбором средств воздействия. Воздействие на психологическом уровне представляет собой личностное, индивидуальное влияние на человека и осуществляется как эмпатия и переход в область личностных смыслов [3, с. 132].

Афоризм обладает способностью оказывать воздействие на человека на всех трех уровнях. Являясь неотъемлемой частью культурного наследия, афоризм, оказывает воздействие на человека на культурологическом уровне. Воздействие на социальном уровне проявляется в его способности выступать в качестве средства регуляции социального поведения через отраженные в нем нормы поведения, принятые в социуме, к которому принадлежит человек. Воздействие на психологическом уровне реализуется через активацию той части языковой личности человека, в которой афоризм представлен как прецедентная единица.

При этом следует иметь в виду, что афоризм как самостоятельная единица, представленная в словарях вне контекста, обладает самостоятельным значением и потенциальными прагматическими установками. Практическая реализация этих прагматических установок происходит тогда, когда афоризм употребляется в речи как воспроизводимая единица.

Проведенный функциональный анализ позволяет выделить следующие прагматические речевые установки, свойственные афористическим высказываниям: 1) констатация, резюмирование; 2) парирование; 3) урезонивание; 4) предостережение, угроза; 5) обличение, упрек; 6) сетование; 7) (само)оправдание; 8) (само)уничижение; 9) обоснование; 10) успокаивание; 11) побуждение; 12) совет; 13) апелляция к авторитету автора; 14) обращение-призыв; 15) эстетическое воздействие; 16) потрясение неожиданностью аргументации; 17) познание.

Необходимо отметить, что целеустановки текста и целеустановки конкретного автора текста влияют на текстообразование. Первое диктуется самим текстом, его характером, задачами, которые он реализует. Второе – всецело связано с авторской модальностью, так как любое сообщение включает в себе не только информацию, но и отношение автора к сообщаемой информации. Последнее особенно важно в установлении прагматики текста, поскольку связано с интерпретационной стороной текста. Автор не только формирует собственно текст, но и направляет читателя в его интерпретации текста [1, с. 23].

Прагматическая установка в афоризмах реализуется с помощью широкого арсенала стилистических средств. Впервые на применение художественно-стилистических средств в афоризмах обратил внимание Б. Грасиан [2, с. 171-362]. “Тропы и риторические фигуры это как бы материал и основа, на которой воздвигает свои красоты остроумие” [2, с. 288]. В главе “Об остроумии сентециозном” Грасиан приводит афоризмы, основанные на определении, парадоксальности, антитезе, градации и других стилистических фигурах, отмечая эффект, достигнутый их применением [2, с. 356-362].

Главными признаками афоризма являются мудрость и художественная красота, которая достигается применением таких художественных средств, как тропы и стилистические фигуры.

Большое количество афоризмов построено на определении. Для таких афоризмов характерна выраженная

двухчленная структура. В первой части называется какое-либо явление или понятие, а во втором раскрывается его суть. Например, так построен знаменитый афоризм Knowledge is power. Francis Bacon.

Стилистический анализ афоризмов в соответствии с принятой практикой (Раевская Н.Н., Гальперин И.Р., Кузнец М.Д., Скробнев Ю.М.) можно разделить на анализ морфологических стилистических приемов, анализ речевых фигур и анализ синтаксических стилистических приемов.

На основании проведенного лингвостилистического анализа англоязычных афоризмов можно сделать вывод, что речевые фигуры в афоризмах представлены не в полном объеме: преобладают антитеза, метафора, градация. Намного шире используются синтаксические стилистические и семантические стилистические приемы. Наиболее распространены параллелизм и все его разновидности, повторы, разнообразные конструкции, усиливающие эмоциональное воздействие афоризма. Зачастую эти средства сочетаются в одном афористическом высказывании, что усиливает стилистический и прагматический эффект.

Приведенные стилистические приемы и их сочетания обуславливают образность, оригинальность, эмоциональную действенность афоризма и, как следствие, его высокий прагматический потенциал.

Так, например, реализация установки на уничтожение (самоуничтожение) достигается с помощью употребления стилистически сниженной лексики, стилистических фигур (литота, гиперболы), которые, преувеличивая или преуменьшая определенные стороны предмета или явления, привлекают к ним внимание читателя (слушателя), чем способствуют достижению прагматической цели.

Например, *Men become old, they never become good. Oscar Wilde.*

В данном случае использование квантора общности 'never', наряду с отсутствием квантора перед словом 'men', создает определенные ограничения, так как формирует утверждение, что "правило исключений не имеет". Таким образом, достигается привлекающий внимание стилистический эффект.

Одновременное использование приемов усиливает стилистический эффект. Например, *He wrapped himself in quotations – as a beggar would unfold himself in the purple of Emperors. Rudyard Kipling.*

В данном афоризме использована метафора, которая в первом случае 'as a beggar', как образ ничтожного, нищего духом человека, придает сниженную стилистическую окраску, а во втором 'in the purple of Emperors', как образ броской имперской роскоши, напротив, возвышает ее. Сопоставление этих двух тропов в одном афоризме усиливает эмоциональный эффект высказывания, а следовательно, и способствует реализации целевой установки на уничтожение.

Также для достижения этой прагматической цели могут быть использованы синтаксические стилистические приемы. Например, *When we were children we were grateful to those who filled our stockings at Christmas time. Why are we not grateful to God for filling our stockings with legs? Gilbert K. Chesterton.*

В данном афоризме употреблен риторический вопрос, отличительной чертой которого является его условность, то есть употребление вопросительной интонации, благодаря чему фраза приобретает оттенок, усиливающий её выразительность. Подразумевается, что ответ на такой вопрос является сам собой разумеющимся. Автор сокрушается о человеческой неблагодарности и неумении довольствоваться простыми, но важными вещами. Повторы здесь также являются выразительным средством, передающим эмоциональное напряжение автора.

Очень часто в афоризмах используется алогизм как семантико-стилистическое средство оригинальности. Алогизм в афоризмах обнаруживает себя в трех видах: парадокс, гротеск и неожиданный поворот мысли. Термин "каламбур" употребляется как обобщающий термин к двум стилистическим приемам: к "приему двойного смысла" и к "игре слов".

Основанный на определении афоризм *Work is the curse of the drinking classes. Oscar Wilde* содержит каламбур, в виде игры слов 'working class' – 'drinking class', 'work' – 'drink', который придает данному афоризму яркую стилистическую окраску. Автор иронизирует по поводу пристрастия рабочего класса к алкоголю.

А следующий афоризм содержит каламбур, обыгрывающий известное высказывание: *Democracy is simply the bludgeoning of the people for the people by the people. Oscar Wilde.* Здесь в столкновение приводятся целые суждения: буквальный смысл данного афоризма и имплицитно цитируемый афоризм-основа: *Democracy is the government of the people, by the people, for the people. Abraham Lincoln.* Таким образом, с помощью стилистического приема автору удается сбить пафос оригинального афоризма.

Нередко можно встретить афоризмы, основанные на парадоксальности, которая лишь на первый взгляд воспринимается в качестве противоречия общепринятому мнению [5, с. 245-256].

Наряду с информационной функцией, составляющей основу семантико-стилистического эффекта оригинальности, парадокс выполняет также ряд дополнительных, стилистических функций, таких как: экспрессивно-оформительная, т.е. достижение броскости, яркости формулировки, а через нее и активация мышления читателя, и актуализация известной, но потускневшей истины; создание комического эффекта; достижение сжатости; компактности изложения [4, с. 47].

Среди афоризмов с установкой на уничтожение (самоуничтожение) также широко распространен парадокс. Парадоксу в афоризмах присуща высокая функциональная нагрузка. Например, следующий афоризм не сообщает новой информации о семейной жизни: *The proper basis for a marriage is mutual misunderstanding. Oscar Wilde.* Однако парадоксальность этого высказывания противопоставляет идеалистичные представления о подобающих отношениях в браке и житейскую мудрость, и тем самым придает ему стилистический эффект. Автор развенчивает представление о браке как о бесконфликтном существовании.

Таким образом, можно сделать вывод, что в англоязычных афоризмах преобладают антитеза, метафора, градация. Наиболее широко используются синтаксические стилистические приемы (параллелизм, антитеза), множество афоризмов построены на парадоксе и каламбуре. Сочетание этих средств усиливает стилистический и прагматический эффект.

Перспективой дальнейшего исследования является изучение языково-стилистической реализации других прагматических установок в англоязычном афоризме.

Литература:

1. Валгина Н. С. Теория текста : Учебное пособие / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с.
2. Грасиан Б. Остроумие, или Искусство изощренного ума // Испанская эстетика : Ренессанс. Барокко. Просвещение / Б.Грасиан. – М. : Искусство, 1977. – С. 169-464.
3. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. – 330 с.
4. Манякина Т. Н. Языково-стилистическая характеристика жанра афоризмов (на материале нем. яз.) : дисс. ... кандидата филологических наук: 10.02.04 / Т. Н. Манякина. – Днепропетровск, 1980. – 230 с.
5. Федоренко Н. Т., Сокольская Л. И. Афористика / Н. Т. Федоренко, Л. И. Сокольская. – М. : Наука, 1990. – 419 с.
6. The Oxford Dictionary of Quotations / Elizabeth Knowles. – Oxford University Press, 2004. – 1768 p.