10. Merriam-Webster Dictionary [electronic resource]. – access mode : http://www.merriam-webster.com.
11. Oxford Advanced Learner's Dictionary [electronic resource]. – access mode : http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com.
12. Random House Unabridged Dictionary [electronic resource]. – access mode : http://www.randomhouse.com.
13. Wheelwright P. Metaphor & Reality / Philip Wheelwright.– Indiana University Press. – 1962. – 192 p.

Стаття надійшла до редакції 5 лютого 2013 року

УДК 811.161.2'373

Інна Данилюк
(м. Івано-Франківськ, Україна)

МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ СМІХУ В РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК У ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

У статті розглянуто мовні засоби реалізації концепту «сміх» у комунікативних тактиках і ходах та з'ясовано їх роль у формуванні імпліцитності в процесі художньої комунікації. Мова йде про невербальні засоби спілкування, систематизацію стратегій спілкування, також аналізуються мовні одиниці вираження сміху (наприклад, сміх, сміятися, усмішка й інші).

Ключові слова: *текст, невербальні засоби, концепт «сміх», комунікативна стратегія, комунікативна тактика.*

В статье рассмотрены языковые средства реализации концепта «смех» в коммуникативных тактиках и ходах, выяснено их роль в формировании имплицитности в процессе художественной коммуникации. Речь идет о невербальных средствах общения, систематизацию стратегий общения, также анализируются языковые единицы выражения смеха (например, смех, смеяться, улыбка и другие).

Ключевые слова: *текст, невербальные средства, концепт «смех», коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика.*

The paper considers the concept of language means «laughter» in communication tactics and moves, and their role in shaping the process artistic implicitness communication. It deals with the non-verbal means of communication, systematization of communication's strategies, linguistic units of laughing expression are analyzed (e.g. smile, laugh, smile, and others).

Key words: *text, non-verbal means, the concept of "laughter", communication strategy, communication tactics.*

У процесі породження тексту як «результату спілкування», системи, в якій «втілюється «живий» дискурс після свого завершення» [16, с. 171], важливу роль відіграють невербальні засоби (НЗ) – органічні компоненти художнього цілого, «комунікативні важелі», які «експліцитно або імпліцитно можуть керувати усім комунікативним процесом» [18, с. 21]. Забезпечуючи стрункість і зв'язність текстових сегментів на внутрішньому і зовнішньому рівнях, вони координують та регулюють взаємодію між учасниками спілкування, відіграють важливу роль у процесі максимально точного відтворення комунікативної ситуації.

Невербальні засоби – рухи тіла (міміка, жести), вирази обличчя (сміх, плач, кашель), манера поведінки (рукостискання, поцілунок), відображаючи інформаційний, прагматичний, експресивний «простори» тексту, дешифрують семіотичну («кодову») «сітку координат» [19, с. 67] художньої комунікації. Виокремлення передусім сміху як концептуально наповненого складника у системі НЗ зумовлено тим, що він має здатність : «номінувати» емоції різних смислових рівнів – як позитивного, так і негативного; динамізує художній текст, регенеруючи закладену в ньому імпліцитну інформацію, сприяє розкриттю смислових стратегічних ліній, пов'язаних із персонажами твору.

Розгляд концепту «сміх» у вимірі комунікативної парадигми дозволить, на нашу думку, визначити ті його особливості, які поза нею (цією парадигмою) не експлікуються. Так, відкритим є питання про текстотвірний потенціал мовних засобів, що маніфестують концепт «сміх» у ключі реалізації комунікативних стратегій (КС). У процесі інтеракції ці одиниці уможливлюють виявлення позамовних факторів комунікативної взаємодії чи мотиваційних інтерактивних площин комунікантів, розкривають

питання, пов'язані із: «емотивним тлом» художньої комунікації; коректують помилки і причини, які призводять до комунікативних невдач; «працюють» над створенням конфліктності і драматизму в тексті. Важливість дослідження цих питань і зумовлює актуальність теми.

Мета статті – розкрити особливості реалізації мовних засобів вираження сміху крізь призму комунікативних стратегій і тактик у сучасних прозових текстах.

Наукове визначення та систематизація КС здійснені у працях Т. ван Дейка, О. Іссерс, В. Карасика, Є. Клюєва, А. Сковородникова, Н. Формановської, Т. Янко та ін. Результатом їх наукових пошуків є акцент на цілеспрямованій, мотиваційній зумовленості комунікації, що дозволяє розглядати її з погляду стратегічної організації. Відповідно, інтегруючи різні точки зору дослідників, стратегію визначаємо як «універсальну категорію мовлення», специфічну комунікативну «техніку», «вектор» мовної поведінки, вираженої у виборі системи продуманих комунікантами поетапних мовних дій», які «спрямовані на досягнення комунікативної мети у процесі спілкування [3, с. 197]». Багатофункціональна семантика поняття «комунікативна стратегія» спричинила розбіжності в їх класифікації. Так, Т. ван Дейк, залежно від типів дискурсу, виокремлює: семантичні, прагматичні, контекстуальні, текстові КС, стратегії уведення теми [5, с. 41]. Беручи за основу багатоплановість глобальної інтенції, що проектується в мету, ціль спілкування, установку на тип взаємодії, ступінь експлікації комунікативного задуму, О. Іссерс виділяє основні (когнітивні), допоміжні (діалогічні, прагматичні й риторичні) та інші стратегії [6, с. 85].

Ще однією підставою для систематизації стратегій спілкування є установка комунікантів (адресанта й адресата) – основних носіїв КС, від яких найбільшою мірою залежить результат комунікативного процесу. За цим критерієм учені (О. Іссерс, О. Фадєєва, Н. Формановська) виділяють кооперативні (спрямовані на конструктивну взаємодію, консенсус) та конфронтаційні (наділені на деструкцію, конфлікт, дисенсус) стратегії спілкування. За основу нашого дослідження беремо

останню класифікацію, що, на нашу думку, дасть змогу розкрити особливості реалізації КС у художньому тексті та роль у цьому процесі мовних засобів вираження сміху.

Оскільки сміх як невербальна одиниця має конкретне значення, певний ступінь вияву, може передавати інформацію відкрито і приховано, можна стверджувати, що у процесі спілкування він є важливим комунікативно орієнтованим стратегічним концептом, змістове «наповнення» якого передбачає систему комунікантів, сукупність їх інтеракційних сегментів у процесі діалогізації. Відповідно, сміх можемо кваліфікувати як «тактичний маневр [6, с. 10]», що використовується автором/персонажами для розширення внутрішньої «конструкції» тексту. Наприклад: Ці думки про неминучість руйнування власного тіла викликають в Ірини наївний дитячий бунт. У якомусь журналі вона читала, що часті посмішки сприяють утворенню зморщок довкола вуст і очей… Тепер вона намагається контролювати власну посмішку, робити її якомога стриманішою… Відтоді в Ірини залишиться не дуже ввічлива звичка ніколи непосміхатися, якщо не смішно. І скільки вона не намагатиметься позбутися її, навчившись автоматичної ввічливої посмішки, в неї нічого не вийде… [17, с. 8–10].

У наведеному сегменті номінація «посмішка» наповнюється новими значеннями, які дозволяють кваліфікувати цю мовну одиницю як ключову. Детальний підбір та використання лексем посмішка, не посміхатися, смішно передають не лише авторську характеристику героїні, а й визначають можливість комунікантом контролювати (не посміхатися) емоцію, вербалізовану цими словами. Оскільки мовна репрезентація посмішки передбачає залучення певного набору засобів (іменників, прикметників, займенників, прислівників), то можемо говорити про властиву їй так звану внутрішню інтенсифікацію, яка виявляє себе в парадигматичних відношеннях номінацій посмішки, і зовнішню, – завдяки якій ці одиниці можуть об'єднуватися і креатизувати цілий спектр ознак емоції в межах конкретного комунікативного акту: 1) часті посмішки → 2) утворення зморщок → 3) намагання контролювати посмішку → 4) посмішка тільки при необхідності

→ 5) автоматизм ввічливої посмішки. Продуманий та мотивований автором комунікативний ряд ходів указує на асоціативну розгалуженість семантики лексеми, передає «інструкцію» поетапного контролю мовцем невербальною дією, розширюючи прагматичний потенціал висловлювання на іллокутивному рівні.

Як показав матеріал дослідження, на всіх етапах розгортання комунікації в художньому тексті, концепт сміх, реалізуючи відповідні інтенції персонажів, передбачає конкретну систему тактик і ходів. Поняття «комунікативної тактики» (КТ) трактуємо як інструмент стратегічної конструкції, «субжанр [15, с. 60]», який забезпечує досягнення цілі інтеракції.

Аналіз художніх текстів виявив, що стратегічна лінія з одиницями, які маніфестують концепт «сміх», будується за рахунок тактичних прийомів з різним ступенем семантичного наповнення (тактики деструкції і тактики конструкції), які формуються через складники матричної системи досліджуваного концепту. Матеріал дослідження показав, що одиниці лексико-семантичного поля «сміх» найчастіше реалізуються тактиками деструкції, які розширюють асоціативно-смислове поле експресивно забарвлених значень, актуалізують нові «прагматичні» семи, розкривають специфіку інтеракціїкомунікантів, а в деяких випадках мають вирішальне значення при розкритті прихованої комунікантами інформації. Наприклад:

– Так, звичайно ж у вас інші проблеми, – із ядучою усмішкою заговорив до неї інший експерт, як тільки пані Ганна надала йому слово [14, с. 78].

– Ну як вам? – запитує чергова медсестра, і в її усмішці проступає знущальний вираз [13, с. 17].

Семантичне наповнення номінації усмішка конкретизується характеристиками-означеннями кривувата, ядуча, «із знущальним виразом», основною кваліфікативною ознакою яких є вияв негації, які деструктурують її первинне позитивне навантаження. Сприяючи розкриттю негативних рис героїв, які так чи інакше виражають своє ставлення до атмосфери оточення, ця

лінгвоодиниця у поєднанні з іншими лексемами підвищує внутрішню динаміку відношень персонажів, акцентуючи на імпліцитних відтінках семантики номінації, що виявляються у відповідному комунікативному контексті.

Одним із найважливіших «конституентів» стратегічного впливу на партнера комунікації є закладена чи не в кожному тактичному ході емотивність висловлювання – «мовна категорія, властивість художнього дискурсу, засіб здійснення ефективного впливу на читача, невід'ємний компонент і особливий модуль внутрішньотекстової інтерпретації, який керує і спрямовує обробку тексту читачем [11, с. 36]». Залежно від рівня емотивності художньої площини, а також у сукупності з імпліцитним / експліцитним наміром мовців виділяємо КТ маніпуляції – продуманий маневр комунікантів, що здійснюється з участю поверхневих текстових структур – лінгвістичних засобів, які, власне, формують комунікативні тактики і ходи. Наприклад:

– Панове! Мені прикро, але Олександр Остапович більше не буде керівником компанії, – із сумом у голосі сказав Дмитро, посміхнувшись так, ніби йому важко на душі. – Тепер я ваш керівник і надіюсь я зможу стати вашим порадником і другом.

Після того, як працівники покинули кабінет свого улюбленого екс-директора, Дмитро засвітився переможним сміхом гордо і зухвало… [9, с. 56].

Кінцева ціль героя – отримати посаду керівника; стратегічним наміром його є вплив на зміну поведінки персоналу з новим директором. В аналізованому блоці художнього дискурсу концептуально значущою є лексема сміх, яка визначила результат діяльності нового начальника, істинність його думок і справ. Головна мета Дмитра – стати директором і завоювати довіру персоналу – досягнена. Використовуючи тактику емотивної маніпуляції (із сумом у голосі, посміхнувся із важкістю на душі, стати порадником і другом – все те, що у роботі керівника і підлеглого допомагає встановити тісний взаємоконтакт), Дмитро приховує справжню сутність своїх намірів. Семантика, закладена у лексемі сміх, нівелює маску доброти і чуйності – саме «гордо і зухвало» Дмитро отримав нову роботу (про це згодом дізнається

увесь персонал). Невербальні одиниці (разом із засобами інших мовних рівнів) застосовується комунікантом (Дмитром) для того, щоб нав'язати слухачам (персоналу) певне (хибне) уявлення про дійсність, сформувати потрібне ставлення до нього, викликати необхідну емоційну реакцію – здійснити мовну маніпуляцію. Отже, концептуально навантажені номінації сміхом, посміхнувся, актуалізуючи імпліцитну інформацію у тексті, виражають сутнісні емоційно-оцінні характеристики, які стають ключовими при втіленні та декодуванні комунікативного задуму персонажа.

Аналіз матеріалу дослідження засвідчив, що в художньому тексті сміх (із урахуванням когнітивних, психологічних, соціокультурних чинників) використовується комунікантами з різною метою, залежно від того, яким має бути результат. Відповідно, виділяємо КТ замовчування інформації – небажання респондента обговорювати певну проблему, ситуацію, явище. У процесі інтеракції невербальні засоби, зокрема сміх, часто передають інформацію, яка з тих чи інших причин не вербалізована автором/персонажем. Заповнюючи пропущені, не ідентифіковані прогалини у тексті, сміх підсилює та інформативно наповнює смислове тло художнього твору. Наприклад:

– Ні, ні, ні! Таємниця має бути! – посміхнувся Дартов, відкорковуючи вино [8, с. 67].

– Вона. Скільки разів заплющував очі й усе малював в уяві свою Марусю – коси чорні, очі пекучі, а усмішка чомусь завжди сумна, наче знає якусь таємницю незбагненну і наказ – ні з ким тією таємницею не ділитися [4, с. 252].

Наведені блоки текстових повідомлень маніфестують приховану інформацію – таємницю, зміст якої не вербалізовано, але вказаний інформативний маркер наявності її у тексті – лексема «таємниця», – наведений у кожному фрагменті. Текстуально значущими тактичними «знаками» щодо розкриття змісту сказаного у відповідних комунікативних актах є лексеми посміхнувся, усміхом (усміхаються), усмішка, розсміялася, всміхнена, що декодують саме імпліцитне вираження намірів комунікантів, конкретизованих як позитивними, так і негативними аксіологічними параметрами. На рівні комунікативної семантики

виділені номінації вказують на такі смислові «координати», які можуть визначати комунікативні ходи, маніфестуючи досліджувану тактику.

Таким чином, передача інформації невербальними лінгвоодиницями лексико-семантичного поля «сміх» визначає ті аспекти текстової площини, які словесно реалізувати не завжди можливо, тому що вони передбачені автором для формування внутрішнього змісту тексту.

У комунікативній взаємодії персонажів, як показав матеріал дослідження, можуть «накладатися» численні модифіковані неоприявлені смисли висловлювань, особливо тоді, коли адресант прагне свідомо уникнути негативних, образливих для адресата характеристик, водночас дозволяючи йому «вкласти» у сказане свій смисл. Так, приховане вираження комунікативного задуму персонажів досягається шляхом застосування КТ відмови – способу «здійснення стратегічного наміру через уникнення чіткого викладу думок [12, с. 379]» за допомогою невербальних засобів. Наприклад:

– Чи зможемо ми залишитись разом? – благально спитала жінка.

– Не зараз, – Микола Валерійович посміхнувся, ніби кажучи: пробачаю тобі цю зухвалість, дурненька, розумію, що ти сама не своя [7, с. 257].

Актуалізоване у процесі діалогізації висловлення, яке кваліфікуємо як відмову, засвідчує особливий комунікативний намір адресанта, що допускає виникнення подвійної інтерпретації повідомлення-відповіді. Тактика відмови, виражена (серед інших) і лексемою посміхнувся, передбачає такі семантичні трактування: посміхнувся, бо 1) «це була остання зустріч»; 2) «бажання бути разом є, але через деякий час»; 3) «є можливість випадкової зустрічі». Інтенційна скерованість персонажа чітко не сформована (зі змісту твору дізнаємося про невпевненість Миколи у вирішенні проблем), що провокує конфлікт на рівні непорозуміння із героїнею. Крім того, семантично значущим є акцент на висловлюванні автора «ніби кажучи», яке формує ще одне значення лексеми «посміхнувся»: з невербального «знака» вона

переосмислюється в «овербалізовану» мовну одиницю, підсилюючи реалізацію тактики відмови.

Крім розглянутих КТ, важливим у процесі комунікації є використання КТ погрози – способу впливу на співбесідника, що виявляється через вираження наміру адресанта в разі загрози його інтересам вчинити адресатом щось таке, що може спричинити шкоду. Це одна з тактик, яка призводить до виникнення конфлікту. Наприклад:

– Посмійтеся, посмійтеся, не довго ще тобі сміятися, – кажу йому подумки [8, с. 286].

При спілкуванні «адресант, який намагається, щоб його повністю зрозумів адресат, так структурно організовує своє повідомлення, щоб весь процес оформлення авторської думки адекватно декодувався реципієнтом [2, с. 61]», проте на рівні текстової семантики часто відбувається деформація сказаного, особливо, коли один із учасників інтеракції репрезентує не весь спектр повідомлення. У наведеному текстовому фрагменті не лише передано прихований намір мовця (героя). Погроза «не довго ще тобі сміятися», орієнтована на зміну адресатом своєї позиції, думки. Стратегічно значущий комунікативний хід, виражений висловлюванням, у складі якого – подвійне вживання лексеми «посмійтеся», прогнозує конфліктне зіткнення інтересів співбесідників, причому адресант свідомо вказує на швидке виконання своєї погрози – «не довго ще тобі сміятися». Отже, релятивний характер КТ погрози спричинює швидкий вплив на учасників спілкування, тим самим руйнуючи їхні стосунки.

Таким чином, матеріал проведеного дослідження засвідчує, що сміх як невербальний «знак» спілкування у структурі тексту є комунікативно орієнтованим стратегічним концептом. З точки зору мотивованості та цілеспрямованості (основних інструментів стратегічного напряму) мовні одиниці вираження сміху (наприклад, сміх, сміятися, усмішка й інші) можуть реалізуватись в тактиках маніпуляції, замовчування інформації, відмови, погрози; виступають важливими засобами формування імпліцитності, сприяють прогнозуванню комунікативного розгортання інтерперсональної взаємодії в структурі художнього

цілого та підсиленню реалізації загальної текстової стратегії, вербалізованої персонажами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) / Е. Е. Анисимова // Вопросы языкознания, 1992. – № 1. – С. 71–78.
2. Бодик О. П. Адресованість в офіційному дискурсі / О. П. Бодик // Гуманітарні науки, 2005. – № 2. – С. 58–66.
3. Гагарская Е. А. Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре обьявления о знакомстве / Е. А. Гагарская // Речевое общение: специализированный вестник Красноярского гос. ун-та : [под ред. А. П. Сковородникова]. – Вып. 8–9 (16–17). – Красноярск, 2006. – 270 с.
4. Дашвар Л. Молоко з кров'ю / Люко Дашвар. – Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2010. – 272 с.
5. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Б. : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Изд. 3-е, стереотипное. – М. : Эдиториал УРСС, 2003. – 284 с.
7. Дяченко М. Vitanostra : Роман // М. Дяченко, С. Дяченко. – К. : Зелений пес, 2007. – 544 с.
8. Дяченко М. Спадкоємець : Роман // М. Дяченко, С. Дяченко. – К. : Зелений пес, ТОВ «Гамазин», 2006. – 368 с.
9. Забужко О. Музей покинутих секретів : Роман / О. Забужко. – Вид. 2-е, доп. – К. : Факт, 2009. – 832 с.
10. Куликов В. Г. Когнитивно-матричный анализ диалектных единиц / В. Г. Куликов // Принципы и методы когнитивных исследований языка : сб. науч. тр. – М. : РАЛК, 2008. – 308 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.myweb.uiowa.edu/vkulikov/Kulikov.
11. Матюшенко О. Ю. Прагматичні аспекти декодування імпліцитної інформації у руслі когнітивних вчень / О. Ю. Матюшенко // Вісник СумДУ. Серія «Філологія», 2007. – Том 2. – С. 34–40.

12. Місягіна І. М. Способи реалізації тактики повного блокування інформації в межах стратегії ухильності / Місягіна І. М. // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць. Вип. 16. – Донецьк : ДонНУ, 2008. – С. 378–385.
13. Роздобудько І. Дванадцять, або Виховання жінки в умовах, не придатних до життя / І. Роздобудько. – Харків : Фоліо, 2006. – 287 с.
14. Роздобудько І. Екскорт у смерть : [роман] / І. Роздобудько. – Харків : Фоліо, 2007. – 159 с.
15. Сковородников А. П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А. П. Сковородников // Риторика – Лингвистика. – Вып. 5. – Смоленськ : СГПУ, 2004. – С. 56–65.
16. Словник термінів міжкультурної комунікації [уклад. Ф. С. Бацевич]. – К. : Довіра, 2007. – 205 с.
17. Сняданко Н. Гербарій коханців / Н. Сняданко; перед. Ю. Іздрика. – Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2011. – 272 с.
18. Солощук Л. В. Посмішка як мімічний жест та її роль в англомовному діалогічному дискурсі / Солощук Л. В. // Новітня філологія, 2005. – № 1 (21). – С. 18–24.
19. Яскевич Ю. В. Особливості вивчення семантики емоцій у когнітивній парадигмі / Ю. В. Яскевич // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2010. – № 14 (201). – С. 63–70.

Стаття надійшла до редакції 8 лютого 2013 року