

УДК 811.161.2'36'37

ПРАГМАТИЧНА КОНСТАНТА КОМПАРАТИВНОСТІ

Алла РОМАНЧЕНКО

*Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова,
кафедра української мови,
Французький бульвар, 24/26, ауд. 86, 65058 Одеса, Україна,
тел.: +380 (48) 7761480*

З'ясовано механізми досягнення перлокутивного ефекту та закономірності використання комунікативних тактик у компаративних ситуаціях.

Ключові слова: компаративність, перлокутивний ефект, комунікативна тактика, прагматична константа, комунікативна стратегія.

У сучасному мовознавстві панує тенденція до висвітлення порівняння у функціонально-семантичному напрямі (О. Барменкова, М. Заборна, Л. Прокопчук, С. Рошко, Н. Шаповалова, О. Щепка). Прагмалінгвістичний підхід до вивчення мовних явищ, який уможливорює розв'язання питань, пов'язаних із впливом на адресата тих чи інших засобів вираження, із проблемою їх вибору для адекватного сприймання адресатом і для досягнення перлокутивного ефекту, необхідного адресантові, ще не набув значного поширення в сучасному мовознавстві. Актуальність досліджуваної проблеми зумовлено потребою поглибленого вивчення прагматичних можливостей компаративності та потребою узагальнення стосовно прийомів і способів реалізації стратегії адресанта.

Окремі теоретичні питання прагмалінгвістики розробляє багато українських учених, проте спеціальних праць, у яких досліджено названі проблеми, не так багато. Як приклад назвемо дисертацію Т. Космеди, присвячену аксіологічним аспектам прагмалінгвістики стосовно категорії оцінки [5]. Прагмалінгвістичні аспекти розгляду компаративності частково проаналізували ми в [7]. Метою цієї розвідки є з'ясування механізмів досягнення перлокутивного ефекту та закономірностей використання комунікативних тактик у компаративних висловленнях. Для досягнення мети розв'язано такі завдання: визначено й описано різновиди прагматичної компаративності; проаналізовано мовленнєві кроки, які забезпечують перлокутивний ефект; виявлено залежність комунікативної тактики від мовних засобів вираження компаративності.

Усі підсистеми мовної інформації з погляду їх прагматичних властивостей поділяють на дві основні групи: підсистеми мовної інформації з потенційною прагматичністю (власне інформативні), підсистеми мовної інформації з реальною константною прагматичністю (прагматичні) [2, с. 106; 3, с. 11–12]. Перші з них характеризуються такою прагматичністю, яка може бути чи не бути актуалізованою. Другим властива прагматичність, що регулярно актуалізується в мовленні внаслідок безпосередньої орієнтації таких підсистем мовної інформації на регулювання поведінки комуніканта.

Головне призначення власне інформативних підсистем мовної інформації – інформація про щось, повідомлення. Мовні одиниці як носії такої інформації називають інформемами. Основне завдання прагматичних підсистем мовної інформації –

інформування та вплив на психіку й регулювання поведінки адресата. Мовні одиниці як носії прагматичної інформації називають прагмемами.

Компаративність як важлива мовна категорія, як засіб і спосіб пізнання дійсності, що виявляється в усіх сферах людської діяльності, належить до підсистеми з реальною константною прагматичністю. Константна реальна прагматичність (прагматична константа) характеризує емоційно-оцінну підсистему мовної інформації. Під емоційно-оцінною мовною інформацією розуміємо інтелектуальну оцінку кого-, чого-небудь, пропущену крізь емоційну призму людської психіки, оцінку, яка постає як схвалення чи осуд.

Відомо кілька механізмів, за допомогою яких емоційно-оцінна інформація набуває тієї чи іншої прагматичної орієнтації, а використані засоби компаративності досягають перлокутивного ефекту. Емоційно-оцінна інформація може впливати на поведінку комуніканта через оцінні установки особи, через вказівку адресатові на можливість стати об'єктом осуду, насмішки тощо. Наприклад: *«Ці люди не мають жалю, як той жорстокосердий Авраам, що не здригнувся серцем, приносячи в жертву богові свого рідного сина»* (П. Загребельний); *«Вони мене везли з України на каторгу, на повільну смерть, і берегли, як пси»* (І. Багрянний).

Емоційно-оцінна інформація може впливати на поведінку через «психічне зараження». У таких ситуаціях істотну роль відіграють оцінні установки адресанта, саме вони та авторитетність автора регулюють поведінку адресата. Наприклад: *«Повар – черкес, молодий, красивий, танцює, як бог»* (О. Коломієць); *«З-поміж дерев виглядали хатки, як білі горлиці, що зложили крильця, такі чисті хатки і гарні...»* (В. Барка); *«Ася. Наше місто сподобалось? Чорний. Як сліпий солдат, дивиться на світ чорнотою вибитих вікон»* (О. Коломієць). У процесі спілкування за допомогою «психічного зараження» адресант розраховує викликати схожі почуття в адресата. Такий спосіб передавання емоційно-оцінної інформації найбільш частотний у компаративних ситуаціях.

Емоційно-оцінна інформація може поставати як засіб психічної «розрядки», як засіб саморегуляції. Наприклад: *«– Мені веселіше і тобі по дорозі. А то вночі сам, як сич, очима блимаю»* (В. Барка).

Емоційно-оцінна мовна інформація відображає емоційне ставлення адресанта до того, що він говорить, до співрозмовника або до самого себе. З огляду на це виокремлюємо кілька різновидів компаративності: екзистенційну, міжперсональну, егоцентричну. В одних різновидах компаративності важливу роль відіграє адресант, в інших – адресант і адресат.

Ставлення автора до того, що він говорить, може бути серйозним *«Декілька разів люди підходили, ослабивши, як осінні мухи...»* (В. Барка); *«Прикрість на серці, як камінь...»* (В. Барка), жартівливим *«Коноплицький. А до Коноплицького (дівчата) липнуть, як оси до варення»* (О. Коломієць), іронічним *«– В'їдлива ти бабо, як панський агітатор, – задоволено посміхається, знайшовши найдошкульніше слово»* (М. Стельмах); *«– Що це ти, розгомонівся. То все мовчиш, як пень, а це...»* (І. Багрянний); *«Іван Савич. Солідно виглядаю? – Кишинка. Як півень на перелазі!»* (О. Коломієць), співчутливим *«Ячіло (дитя), як пташеня, а над ним слізний материн голос, вмовляючи, припадаючи до маляти...»* (І. Багрянний) тощо.

На емоційно-психологічну сферу адресата впливає, безумовно, правильно дібрана тональність, вибір якої залежить від різноманітних лінгвістичних і позалінгвальних чинників, у тому числі й від інформації, що передається. Так, наприклад, насмішувата, засудлива тональність наявна в таких висловленнях: *З одного боку завод, наче велетенський зіпсований шунок, бурчить день і ніч (О. Коломієць); ... на цоках поширишали сїрі, наче осінні соти, віспини... (М. Стельмах).*

Міжперсональну компаративність цікавить ставлення комунікантів один до одного, яке буває довірливим, фамільярним, конфліктним тощо. Наприклад: *«А другий голос, такий же юний і журливий, підтримує, горнеться в холоді до першого, як волошка до волошки...» (І. Багрянний); «Олена. Ти, Юлю, як метелик. Щойно в мене була – і вже тут» (О. Коломієць); «Юля. Як муха в павутинні, будеш дзижчати: «Дз-з-з-з», аж поки я тебе не з'їм!.. А може, й не з'їм. Тоді ти засохнеш, як мумія» (О. Коломієць); «– Щоб тебе дерло і не переставало, щоб тебе надвоє передерло, як повіську перину» (М. Стельмах).*

Під егоцентричною компаративністю розуміємо вираження ставлення автора до себе через порівняння. Воно пов'язане з рівнем вимогливості до себе, з оцінюванням себе: адекватне оцінювання *«Федоренко. Я людина пряма, Миколо Андрійовичу, і не буду крутитися, як Вітряк!» (О. Коломієць); «Мати лягла, почувачучи, що вже вона теж – як мрець» (В. Барка), підвищене «Аза. В мене очі – як фотоапарат: гляну – і на все життя» (О. Коломієць); «Юля. Що б там не було, кину на нього ласо, як ковбой на дикого коня» (О. Коломієць), занижене *«Ще малим, коли мене били, мовчав, як пеньок» (М. Стельмах); «Кравцов. Відлежуся, як недобитий пес, і знову повзтиму туди» (О. Коломієць); «Тамара. Взяла слід, як мисливський пес, і майже бігом кілометрів тридцять...» (О. Коломієць).* Такий різновид компаративності являє собою самохарактеристику, самоаналіз і спирається на уміння критично чи некритично ставитися не тільки до інших людей, а й до самого себе.*

Комунікативна стратегія адресанта залежить від кількох прагматичних чинників. Власне комунікативний аспект спілкування між автором тексту як адресантом та читачем як адресатом передбачає насамперед залежність стратегії від національно-культурної належності адресата та універсальних мовленнєвих кроків. Операціональний аспект спілкування, що стосується комунікативних актів персонажів (Персонаж 1 – Персонаж 2), передбачає залежність від таких прагматичних чинників, як вік, стать, конситуація мовлення. Успіх обраної адресантом стратегії визначає комунікативна тактика, яка своєю чергою, забезпечується мовленнєвими ходами, що уможливають досягнення комунікативної мети.

Оскільки в художньому стилі все подається крізь призму світогляду, інтелекту й світовідчуття автора як суб'єкта мовлення і все зображуване спрямовується на читача / слухача як адресата мовлення, прагмалінгвістична поведінка мовця в певній компаральній ситуації залежить від комунікативного наміру, призначення, комунікативної ситуації, а прагматичний ефект – від сприйняття, розуміння, трактування інтерпретатором адресованого йому висловлення.

Зупинимося детальніше на власне комунікативному аспекті спілкування, який виявляється між автором художнього тексту та читачем.

У компаральних ситуаціях, залежно від перебігу подій, автор використовує різні комунікативні тактики. Спробуємо сформулювати основні закономірності їх застосування і з'ясувати, як досягаються перлокутивні ефекти в названих ситуаціях.

Як комунікативну тактику в компаральних ситуаціях автор обирає іронізування та глузування. Є кілька засобів реалізації такої тактики: використання прикметників у вищому чи найвищому ступені порівняння, які за своєю природою не можуть їх творити «*А межи ними котив цей плач на колесах, цей неетапний етап, цей найдемократичніший «експрес», ні, – ковчег горя, проклять і сліз материнських*» (І. Багрянний); генітивні конструкції з родовим відмінком іменника на позначення осіб за родом діяльності та на позначення осіб, що виявляють певні риси характеру, зазвичай негативні «*В Лашкуна, кажуть, абсолютно ідіотські очі, а за ними криється диявольська хитрість шпигуна*» (М. Стельмах); «*Один зводить храм Артеміди, а другий уже позиркує на нього поглядом Герострата*» (О. Гончар) (Герострат, як відомо, давній грек, який прагнув будь-що увічнити своє ім'я, в 356 році до н. е. спалив храм Артеміди в Ефесі. Порівняння з Геростратом чи фразеологічна одиниця *геростратова слава* негативно характеризує будь-яку особу); конструкції із суфіксальними прикметниками на означення подібності до чогось для портретної характеристики осіб «*– Що, що?! – здивувався, не зрозумів Ступач, і в подиві окреслились його квалісолисті ніздрі...*» (М. Стельмах); «*...міряла зі сміхом його ведмедкувату постать в картатім довгополім піджаці грубого сукна...*» (О. Гончар); конструкції із складними прикметниками «*Тепер важкотілий огир управителя дедалі частіше з'являвся в лісових закутках, підгуцикуючи бабоподібного вершника*» (М. Стельмах); конфіксальні прислівники, де агентом порівняння виступають назви тварин «*А винуватець тільки по-риб'ячому стріпувався від кожного ляпаса і щораз дужче вирячував очі*» (О. Гончар); «*...(Олена) згадуючи батьківські достатки, по-качиному пиндючилась перед чоловіком*» (М. Стельмах).

З метою привертання особливої уваги адресата адресант використовує синтаксичні конструкції з винесеним порівняльним зворотом у препозицію «*Як лісове птаство, стрекотіли автоматники поміж кам'яними громаддями*» (О. Гончар); парцельовані конструкції «*При таких літах – і така у вас, прости Господи, мордяка! Як у Мефістофеля*» (І. Багрянний); конструкції з перехресним повтором «*... і гори були, як пільма, а пільма ставала довкруг, мов гори...*» (П. Загребельний); синтаксичні конструкції із структурно різними порівняннями «*... зі всіх екранів світу, як сама совість, глянули в принишклі людські натовпи очі української дівчини-полонянки, оті наляті скорботою очі-вінки*» (О. Гончар); лексичний повтор у реченнях із суперлятивом «*... чабанський вік того Лебеда невблаганно наближається до якоїсь **крайньої, найкрайнішої** межі...*» (О. Гончар); тавтологію «*Та Іван Антонович сам хитріший за всіх хитрих*» (О. Гончар); «*Та я тверезіший від вас усіх тверезих!*» (О. Коломієць); ампліфікацію «*Цей тайожник, цей примітивний і простолінійний хлопчина був чуткий, як вовк, як дикий, гордий, свободололюбивий горал*» (І. Багрянний) тощо.

Тактика переконування адресата реалізується в конструкціях з різними модальними сполучниками при тому самому референті порівняння, навіть неназваному «*Билася, борсалася, рвалася, мов риба, в сітях, як птиця в перевісах, ніби лань у шортких руках*» (П. Загребельний); «*А приходив же в своєму золотистому брилі, мов соняшник у цвіту. Він і голову якось так нахилив до неї, неначе соняшник. І мовчав, як соняшник...*» (М. Стельмах).

Функціонуючи в мовленні, реально-порівняльні та ірреально-порівняльні сполучники досить часто поєднуються, виражаючи складні взаємовідношення між пред-

метама. Учені пропонують розрізняти логічні та образні порівняння. Перші передбачають встановлення ступеня схожості або відмінності між предметами одного класу, коли до уваги беруться всі властивості, ознаки порівнюваних предметів, але виокремлюється щось одне. Другі, на відміну від перших, вихоплюють якусь одну найвиразнішу ознаку, часом навіть несподівану, та, ігноруючи інші ознаки, роблять її основною [6, с. 359–360]. Якщо в логічних порівняннях кілька агентів порівняння найчастіше слугують меті якомога точніше описати певну ознаку предмета, то в образних порівняннях два і більше агентів сприяють посиленню образності, надають максимальної експресивності порівняльній конструкції [8, с. 159], посилюють емоційну напругу, переконують адресата в правильності кута зору адресанта.

Несподіваність в описі предмета досягається завдяки використанню оригінального поширювача в конструкціях з орудним порівнянням, з прикладкою-порівнянням тощо «...*Нагорний залюбувався ... як він (Мар'ян) уміло орудував веслом, під яким закоханою голубкою воркотіла вода*» (М. Стельмах); «...*a тепер гудуть над ними бджоли і поважні пустуни-джмелі*» (В. Симоненко).

Афіксальні деривати з функцією ексцесивності, а також двоскладні речення з орудним сукупності, який функціонує в компарально-квантитативних категорійних ситуаціях, адресант використовує для негативного оцінювання предмета, явища, події «*Невже і я на старість зроблюся отаким противнющим?*» (Г. Тютюнник); «*Міліція і «круки» обшукували всіх, переходячи з вагона в вагон; торбинки, клунки, вузли, мішки, сидори – все тягнуто під жаденючі очі оглядачі*» (В. Барка); «*Вони (тут люди) купчилися отарами...*» (І. Багрянний).

Нейтральне ставлення до описуваного досягається завдяки використанню адресантом передусім логічних порівнянь, виражених конструкціями із суфіксальними прикметниками на означення подібності для опису довкілля: «*Закрут коричневих несамовитих вод Адідже змістим стиском охоплював зубчасті стіни й вежі города*» (П. Загребельний); «... *(собори) стрілчастими шпильями десь черкаються хмар*» (О. Гончар).

У конструкціях із конфіксальними прислівниками, де агентом порівняння є назви істот, а також у генітивних конструкціях реалізується образне сприймання описуваного: «...*багряні дзеркала озер придніпровських світять і світять угору пілотам, птахам, запізнілим рибалкам...*» (О. Гончар); «*А в кімнаті по-гадючому сичить старосвітський годинник...*» (М. Стельмах); «...*на лісовій галявині гірко по-лелечи підвелася копичка сіна...*» (М. Стельмах).

Як зазначає Л. Кисельова, прагматична сила прагмем тим більша, чим менш вони частотні, чим більш несподівані в певній комунікативній ситуації [2, с. 27]. Така закономірність пояснюється законом К. Шеннона й інформаційною концепцією П. Симона, в основі яких лежить психофізичне явище сенсифікації відчуттів: тривала відсутність впливу тих самих подразників і несподіваний або досить сильний їх вплив на аналізатори. У компаративних ситуаціях досить часто спостерігається згадана закономірність.

Під час комунікації автор змушений шукати неадаптовані прагмеми, тобто такі, які не втратили прагматичної сили через частотність уживання. Із метою використання дівіших прагматичних засобів адресант відшукує такі варіанти, які призводять до збагачення прагматичної системи мови.

Існують такі мовні засоби реалізації комунікативної тактики адресанта в компаральних ситуаціях, які є універсальними й можуть використовуватися без функціональних та семантичних обмежень, але обов'язково з урахуванням фонових знань адресата, можливостей впливу обраного агента порівняння, тональності та атмосфери спілкування (синтаксичні конструкції із порівняльними сполучниками, ступені порівняння прикметників та прислівників, лексичні засоби тощо). Як зауважують дослідники, якщо оцінка предмета не виражена яскраво, а встановлюється з опорою на контекст і фонові знання адресата, у такому разі оцінний вердикт виносить сам адресат [9, с. 253]. На думку Т. Ковалевської, феномен комунікації «природно поєднує узуальність соціально-генетичних констант з оказіональним характером особистісної поведінки» [4, с. 365].

У комунікативній лінгвістиці виділяють кооперативні і некооперативні стратегії. Одні втілюються в інформативних та інтерпретативних діалогах – поради, обмін думками, розповіді, повідомлення. Інші втілюються в конфліктах, суперечках, погрозах, претензіях [11, с. 119]. Некооперативна стратегія передбачає конфліктну, напружену атмосферу, грубу, знижену тональність спілкування, добір мовних засобів, що не відповідають реальному стану речей. У компаральних ситуаціях адресант переважно обирає неконфліктне спілкування, тональність при цьому рівна, спокійна, атмосфера дружня або прийнятна, сприятлива для спілкування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Бацевич Ф. С.* Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К. : ВЦ Академія, 2004.
2. *Киселева Л. А.* Вопросы теории речевого воздействия / Л. А. Киселева. – Л. : Изд-во Ленинградского ун-та, 1978.
3. *Киселева Л. А.* Язык как средство воздействия / Л. А. Киселева. – Л. : ЛГПИ им. Герцена, 1971.
4. *Ковалевська Т. Ю.* Психосемантика комунікативної гармонійності / Л. А. Киселева // Записки з українського мовознавства. – Одеса : Астропринт, 2003. – Вип. 12.
5. *Космеда Т. А.* Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики : засоби вираження категорії оцінки в українській та російській мовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук / Т. А. Космеда. – Х., 2001.
6. *Мацько Л. І.* Стилїстика української мови / [Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько]; за ред. Л. І. Мацько. – К. : Вища школа, 2003.
7. *Романченко А. П.* Прагматичні аспекти розгляду компаративності / А. П. Романченко // Записки з українського мовознавства. – Одеса : Астропринт, 2006. – Вип. 16.
8. *Судук І.* Структурні особливості біблійних порівняльних конструкцій / І. Судук // Вісник Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника. Філологія. – Івано-Франківськ : Видавничо-дизайнерський відділ ЦІТ Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2007. – Вип. XV–XVIII.
9. *Черненко А. А.* Лингвистические аспекты изучения оценки как средства воздействия / А. А. Черненко // Мова. – Одеса : Астропринт, 2002. – Вип. 12.

Стаття надійшла до редколегії 28.02.2011

Прийнята до друку 9.03.2011

PRAGMATIC CONSTANT OF COMPARATIVITY

Alla ROMANCHENKO

*Odesa Illia Mechnikov National University,
cathedra of Ukrainian language,
French boulevard, 24/26, r. 86, 65000 Odessa, Ukraine,
tel.: +380 (48) 7761480*

In the article the mechanisms of achievement of perlocutive effect and conformities to law of the use of communicative tactics are set in the comparative situations.

Key words: comparativity, perlocutive effect, communicative tactics, pragmatic constante, communicative strategy.

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ КОНСТАНТА КОМПАРАТИВНОСТИ

Алла РОМАНЧЕНКО

*Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова,
кафедра украинского языка,
Французский бульвар, 24/26, ауд. 86, 65000 Одесса, Украина
тел.: +380 (48) 776 14 80*

В статье установлены механизмы достижения перлокутивного эффекта и закономерности использования коммуникативных тактик в компаральных ситуациях.

Ключевые слова: компаративность, перлокутивный эффект, коммуникативная тактика, прагматическая константа, коммуникативная стратегия.