

РАЗДЕЛ 3. СЕМИОТИКА И СИНЕРГЕТИКА ТЕКСТА И ДИСКУРСА

УДК 811.111'38:811.111'42

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ ЛИНГВОСТИЛЕВОЙ СПЕЦИФИКИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО АФОРИЗМА

Анастасьева О. А.

*Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства им. П. Василенко,
г. Харьков*

В статье рассматривается роль экстралингвистических факторов общения в формировании стилистики афоризма как художественного текста. Рассмотрены стилевые черты англоязычного афоризма. Определено, что в создании лингвостилевой специфики, наряду с другими стилевыми чертами, участвует художественно-образная речевая конкретизация.

Ключевые слова: экстралингвистическая обусловленность, экстралингвистические факторы, стилевые черты, художественно-образная речевая конкретизация.

Постановка проблемы. Для современной лингвистики характерно пристальное внимание к тексту и языковой личности. Текстцентрическое направление остается одним из приоритетных наряду с антропоцентрическим, коммуникативно-прагматическим, функциональным, когнитивным, лингвокультурологическим.

Актуальность исследования определяется общей направленностью современной научной парадигмы, ее заинтересованностью проблемами взаимодействия языка, мышления и культуры, а также важностью объекта исследования в стилистической характеристике англоязычного афоризма.

Целью статьи является выявление значения экстралингвистических факторов, обуславливающих формирование стилевых черт англоязычного афоризма.

Объектом анализа являются стилевые черты англоязычного афоризма, **предметом** – экстралингвистические факторы их обуславливающие. Исследование проводилось на материале 150 афоризмов, отобранных методом сплошной выборки из произведений англоязычных авторов.

В рамках коммуникативной стилистики комплексное изучение художественного текста предполагает исследование лингвистических и экстралингвистических факторов общения, связанных с порождением текста и его интерпретацией [5, с. 157]. Среди экстралингвистических факторов общения для коммуникативной стилистики художественного текста актуальными являются личность автора и адресата; цели и задачи, определяющие их первичную и вторичную

коммуникативную деятельность; специфика сферы общения; характер ситуации; жанр и т. д. [5, с. 158].

В качестве истинно функционального подхода в стилистике отмечают не структурно-лингвистический метод описания стилей, а выявление «особенностей функционирования этих стилей <...>, соотнесение стилеобразующих факторов и языковых средств», необходимость «показать роль экстралингвистического» [3].

Афористический текст, без сомнения, представляет собой особый вид текста, обладающего лингвостилевой и жанровой спецификой. С одной стороны, афоризмами принято называть краткие, глубокие по содержанию и законченные в смысловом отношении суждения, принадлежащие определенному автору и заключенные в образную, легко запоминающуюся форму [4, с. 3]. С другой стороны, «... афоризмы как зеркало национальной культуры содержат в себе большой объем информации о традициях, устоях, своеобразии миропонимания и менталитета того или иного языкового сообщества» [1, с. 58].

Коммуникативное направление стилистики дает возможность глубже понять природу афоризма. В создании лингвостилевой специфики афористического текста, наряду с другими стилевыми чертами, участвует и художественно-образная речевая конкретизация – базовая стилевая черта художественной речи, которая, будучи детерминированной целым комплексом экстралингвистических факторов, приобретает специфический характер, отличающий ее от образной конкретизации в литературно-художественном тексте [5, с. 585]. Понятие художественно-образной речевой конкретизации выходит за рамки словесной образности, простого использования метафор или других образных средств языка (тропов и фигур), а также эмотивных языковых элементов как выражения эмоциональности речи [5, с. 585].

Под экстралингвистическими факторами понимают явления внеязыковой действительности, в которых протекает речевое общение и под влиянием которых происходит отбор и организация языковых средств [5, с. 624]. Необходимо отметить, что стилевые черты находятся в промежуточном положении между экстралингвистическими факторами и языковыми средствами. Основными называют следующие экстралингвистические факторы: сфера общения, форма мышления, цель общения, тип содержания, функция языка, ситуация общения [5, с. 625].

Рассмотрим, как перечисленные экстралингвистические факторы реализуются в афоризме. Афоризму подвластна самая широкая сфера общения (наука, искусство, политика, право, религия, быт и т. д.). Что касается формы мышления, то афористические высказывания объединяют логическое и образное мышление, а также реализуют эстетическую, коммуникативную, экспрессивную функцию языка. Цель общения может быть самой разнообразной. Афоризму присущи следующие потенциальные прагматические установки: 1) констатация, резюмирование; 2) парирование; 3) урезонивание; 4) предостережение, угроза; 5) обличение, упрек; 6) сетование; 7) (само)оправдание; 8) (само)уничтожение; 9) обоснование; 10) успокаивание; 11) побуждение; 12) совет; 13) апелляция к авторитету автора; 14) лозунг (слоган); 15) эстетическое воздействие; 16) потрясение неожиданностью аргументации; 17) познание. Кроме того, афоризм употребляется как в официальной, так и неофициальной ситуации общения. Своеобразие экстралингвистических факторов определяет специфику стилевых черт афоризма.

С точки зрения изучения стилевых черт афоризма, интерес представляет научная работа Т. Н. Манякиной, в которой на материале немецкого языка проведен

разносторонний системный стилистический анализ афоризмов с помощью метода лингвистической интерпретации текста. В качестве значимых черт рассматриваются экспрессивность, общезначимость, информативная плотность (сжатость), коммуникативная четкость. Показана специфика взаимосвязей логико-семантического и языкового аспектов произведений этого жанра.

Общезначимость афоризмов рассматривается как стилевая черта, адресующая, в первую очередь, к содержанию произведения. Общезначимость афоризма – это определенная ценность содержащейся в нем информации для широкого круга людей. Актуальность предмета, глубина мысли составляют имплицитную, внутреннюю основу общезначимости. Общезначимость афоризма в целом носит дидактический характер. В конкретном же произведении может преобладать назидательная, прагматическая или созерцательно-информативная направленность общезначимости. Конституентом общезначимости афоризмов в ее языковой реализации является обобщенность суждения. Общезначимость афоризмов поддерживается также экспрессивностью, оригинальностью их языковой формы. Благодаря такому взаимодействию жанрово-стилевых черт афористическое высказывание может обладать общезначимостью при нулевой реализации ее основного конституента – обобщенности, что наблюдается в конкретно-исторических и эпиграмматических афоризмах. Поэтому общезначимость как жанрово-стилевая черта афоризмов включает в себя не только коммуникативно-логический (ведущий) аспект, но и оценочно-эстетический. Отсюда под общезначимостью афоризмов в широком смысле следует понимать ценность афоризма для широкого круга читателей на основе актуальности его предмета и содержания, а также яркости его языковой формы [2, с. 33-34].

Экспрессивность как стилевая черта афоризмов проявляется в усиленной выразительности, яркости языковой формы произведения. Экспрессивность реализуется через ведущие конституенты (оригинальность, образность) и факультативный конституент – эмоциональность [2, с. 100].

Оригинальность – подчеркнутая необычность афоризма в семантическом и языковом планах, противоречащая вневингвистическому опыту читателя или языковой традиции. Оригинальность реализуется посредством алогизма, – семантико-речевого приема, в основе которого лежит структурно-логический принцип неожиданного соединения далеких явлений. В отличие от произведений крупных форм, в афоризмах алогизм выступает не вспомогательным стилистическим элементом, а определяет всю семантико-стилистическую суть произведения, служа иногда даже поводом к созданию произведения. На внешнем, языковом уровне алогизм получает четкое, очевидное проявление, если исходным материалом для него служат речевые факты, и косвенное, если его источником служит экстралингвистическая ситуация. В соответствии с этим выделяются два вида алогизма:

1) алогизм как семантико-стилистическое средство оригинальности (парадокс, гротеск, неожиданный поворот мысли): *A man can be happy with any woman so long as he doesn't love her. Oscar Wilde;*

2) алогизм как языково-стилистическое средство оригинальности (столкновение формы и содержания, столкновение понятий, каламбур (двойной смысл и игра слов)): *Work is the curse of the drinking classes. Oscar Wilde.*

Образность – одна из наиболее характерных черт жанра. Образность как конституент экспрессивности выполняет в афоризмах ряд функций: сообщение новых сведений о предмете, передача оригинального авторского видения явлений, идейно-эмоционального отношения к ним, эмоциональное воздействие на читателя, достижение наглядности характеристики или оценки, конкретности в передаче абстрактного, сжатости в изложении мысли и др.:

Money is like manure, of very little use except it be spread. Francis Bacon.

A room without books is like a body without a soul. Gilbert K. Chesterton.

Эмоциональность – факультативная жанрово-стилевая черта афоризма. Экстралингвистическим фактором эмоциональной экспрессии является острокритическое, пристрастное отношение автора к окружающей действительности. Функция эмоциональной экспрессии – убеждение путем эмоционального воздействия [2, с. 102]:

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.

Информативная плотность (сжатость) – это стилевая черта, проявляющаяся во взаимодействии краткости и информативной емкости словесного ряда. Краткость – свойство, характеризующее афоризм количественно с точки зрения его протяженности. Информативная плотность словесного ряда представлена способностью нести одновременно несколько видов информации. Информативная емкость словесного ряда афоризмов основывается на полиинформативных возможностях языковых средств [2, с. 104].

Содержание афоризмов складывается из двух компонентов: предметно-логической информации и экспрессивно-стилистической. Информативная насыщенность, плотность произведения достигается благодаря расширению обоих компонентов информации за счет использования разнообразных средств экспрессивности. Речевым фактором информативной насыщенности оптимальность лексического ряда афоризмов является также оптимальность лексического наполнения: в афоризме нет информативно незначущих, лишних слов. Это демонстрирует, например, знаменитый афоризм *Knowledge is power. Francis Bacon.*

Коммуникативная четкость афоризма, т. е. наибольшая однозначность выявления его коммуникативного задания, основывается на однонаправленности элементов его структуры, когда все они или большая их часть служат одной цели – выражению определенного значения. Специфическим фактором коммуникативной четкости афоризмов выступает типизированность их обобщенно-смысловой и речевой структуры. Афоризмам присущ конечный набор семантико-языковых моделей. В соответствии с этими моделями выделяются следующие обобщенно-смысловые разряды афоризмов:

а) с наиболее выраженной дидактической направленностью содержания:

– предписывающие;

– оценочные;

б) с точки зрения типов логико-смысловых отношений, присущих афористическому суждению:

– характеризующие афоризмы (афоризмы-определения, афоризмы-свойства, афоризмы аподиктической зависимости);

– экзистенциальные;

– афоризмы-предположения [2, с. 156-157].

Выводы. Экстралингвистической обусловленности принадлежит определяющая роль при формировании стилевых черт англоязычного афоризма.

Перспективой дальнейшего исследования является изучение средств художественно-образной конкретизации экстралингвистических факторов в англоязычном афоризме.

Список литературы

1. Артемова А. В. Эмотивно-оценочная объективация концепта ЖЕНЩИНА в семантике ФЕ (на материале английской и русской фразеологии): автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук / А. В. Артемова. – Пятигорск, 2000. – 16 с.
2. Манякина Т. Н. Языково-стилистическая характеристика жанра афоризмов (на материале немецкого языка): автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / Т. Н. Манякина. – Днепропетровск, 1980. – 230 с.
3. Одинцов В. В. Стилистика текста: [монография] / В. В. Одинцов. – М.: Наука, 1980. – 263 с.
4. Федоренко Н. Т. Афористика / Н. Т. Федоренко, Л. И. Сокольская. – М.: Наука, 1990. – 419 с.
5. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М. Н. Кожинной]. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
6. The Oxford Dictionary of Phrase, Saying & Quotation. – Oxford University Press, 2002. – 846 p.

Анастасієва О. А. **Екстралінгвістична обумовленість лінгвостильової специфіки англomовного афоризму** // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2011. – Т. 24 (63). – № 4. Частина 2. – С.208-212.

У статті розглянуто роль екстралінгвістичних факторів спілкування у формуванні стилістики афоризму як художнього тексту. Розглянуто стильові риси англomовного афоризму. Визначено, що в створенні лінгвостильової специфіки афористичного тексту, поряд з іншими стильовими рисами, бере участь художньо-образна мовна конкретизація.

Ключові слова: екстралінгвістична обумовленість, екстралінгвістичні фактори, стильові риси, художньо-образна мовна конкретизація.

Anastasjeva O. **Extralinguistic conditionality of linguistic style of english aphorism** // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series «Filology. Social communicatio». – 2011. – V. 24 (63). – № 4. Part 2. – P.208-212.

This paper concerns with the role of extralinguistic factors of communication in the formation of the style of aphorism as a type of fiction text. The style features of the English aphorism have been observed. Figurative speech concrete definition along with other style features has been determined to take part in the formation of linguistic style of the aphoristic text.

Key words: extralinguistic conditionality, extralinguistic factors, style features, figurative speech concrete definition.

Поступила в редакцію 05.09.2011 г.