

ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.111'38:811.111'42

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.1-2/03>**Анастасьева О. А.**

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЛІНГВОСТИЛЬОВОЇ СПЕЦИФІКИ АНГЛОМОВНОГО АФОРИЗМУ

У статті проаналізовано роль внемовних чинників у формуванні специфічної стилістики афоризму як типу тексту. Насамперед розглянуто зміст цих чинників, а також їх взаємозв'язок зі стильовими рисами англомовного афоризму. Вихідним положенням є те, що стильові риси являють собою компонент детермінативної вертикалі від екстралінгвальної основи функціонального стилю до тих функцій відповідних мовних різновидів, які вони зумовлюють. Засоби мовленнєвої реалізації наочно розглянуто на прикладах. Установлено, що мовностилістична специфіка англомовного афоризму зумовлена, насамперед, такими внемовними чинниками, як: індивідуальність думки, що міститься в афоризмі; поліінтенціональність як здатність об'єктивувати декілька прагматичних настанов одночасно; комунікативна варіативність (комунікація, у межах якої застосовується афоризм, може бути внутрішньоособистісною, міжособистісною, груповою, суспільною та відбуватися у різних сферах спілкування); пріоритетність новаторського підходу до викладення (думки, які викладені в афоризмах, часто суперечать сталому світогляду, ці думки нерідко виражені алогізмами). Ці внемовні чинники зумовлюють стильові риси афористичного тексту, передусім такі: загальнозначущість, експресивність, інформативна щільність, імпліцитність, інтенціональність, аксіоматичність/істинність. Визначено, що у створенні лінгвостильової специфіки англомовного афоризму поряд з іншими стильовими рисами важливу роль відіграє художньо-образна мовленнєва конкретизація. Художньо-образна мовленнєва конкретизація в англомовному афоризмі характеризується певною своєрідністю. Через максимальну лаконічність, високу інформативну щільність такі засоби художньо-мовленнєвої конкретизації, як образна деталізація, дієслівна розповідь, композиційні засоби, неможливо застосовувати в афоризмах. Водночас для досягнення художньої образності широко використовується метафоризація. Стилю афоризму притаманна конвергенція. Поширеним в англомовних афоризмах є тип висунення, заснований на порушенні передбачуваності, або ошукане очікування.

Ключові слова: англомовний афоризм, позамовні чинники, стильотвірні чинники, лінгвостильова специфіка.

Постановка проблеми. Текст та мовна особистість, яка цей текст продукує та сприймає, перебувають у центрі уваги сучасної лінгвістики. Особливо цікавими з погляду дослідника є такі, які створюються однією особою, але стають значущими для багатьох людей, входять до національного і навіть світового лінгвокультурного коду, багаторазово відтворюються, дають підґрунтя для створення модифікованих текстів. Яскравим прикладом таких текстів є афоризми. Афоризм характеризується лаконічністю викладення, інформативною щільністю, красою стилю та значним прагматичним потенціалом, тому цікавим є дослідження чинників, що впливають на формування такого феномену.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники неодноразово наголошували на необхідності дослідження екстралінгвального підґрунтя стильової специфіки певного жанру, що передбачає аналіз мовних і позамовних чинників спілкування, які пов'язані з породженням тексту та його інтерпретацією [5; 8; 14, с. 157]. При цьому під екстралінгвальними чинниками розуміють явища позамовної дійсності, в яких протікає мовне спілкування і під впливом яких відбувається відбір та організація мовних засобів [14, с. 624]. Серед екстралінгвальних чинників спілкування для комунікативної стилістики художнього тексту актуальні особистість автора і адресата, мета і завдання, що

визначають їх первинну і вторинну комунікативну діяльність, специфіка сфери спілкування, характер ситуації; жанр тощо [14, с. 158].

Для визначення специфіки і стильової своєрідності англomовного афоризму ми також спираємося на методику аналізу за стильовими рисами, яка була запропонована Е. Г. Різель і знайшла свій подальший розвиток у працях лінгвістів [6; 7; 9–12].

Постановка завдання. Метою статті є поглиблене дослідження внемовних чинників, які зумовлюють специфіку афоризму. Для цього ми, по-перше, розглянемо дію цих чинників стосовно англomовного афоризму; по-друге, з'ясуємо, як вони впливають на формування стильових рис афоризму та притаманних афоризму способів художньо-образної мовленнєвої конкретизації.

Виклад основного матеріалу. Афоризм є особливим типом тексту, який наділений винятковою лінгвостилістичною і жанровою специфікою, що зумовлено, зокрема позамовними чинниками, під впливом яких він створюється та сприймається. Розглянемо, якою мірою вищеперераховані чинники є релевантними для англomовного афоризму.

По-перше, особа автора, його мовна особистість є важливим чинником, що впливає на специфіку відображення концептів в індивідуальній картині світу та зумовлює семантичні та лінгвостилістичні властивості афоризму як мовленнєвого жанру. Афоризм характеризується спрямованістю на пізнання загальнозначущих принципів через індивідуальність авторського мислення.

По-друге, афоризму підвладна надзвичайно широка сфера спілкування (наука, мистецтво, політика, право, релігія, побут, навіть Інтернет-спілкування, де афоризми широко вживаються як статус у соціальних мережах, тощо). Що стосується форми мислення, то афористичні висловлювання об'єднують логічне та образне мислення, а також реалізують регулятивну, моделювальну, кумулятивну, когнітивну, аксіологічну, естетичну, експресивну та когнітивну функції.

Наступним важливим моментом є той факт, що мета, з якою афоризм застосовується у спілкуванні, може бути найрізноманітнішою. Тобто афоризм характеризується потужним прагматичним потенціалом, в англomовному афоризму об'єктивується широкий спектр прагматичних настанов [2]. Разом із тим кожен афоризм здатний об'єктивувати декілька прагматичних настанов водночас. Для прикладу розглянемо афоризм:

Marriage is a bribe to make a housekeeper think she's a householder.

(Thornton Wilder, 'The Merchant of Yonkers' (1939) act 1) [16, p. 1715].

Процитований вислів водночас містить настанову на естетичний вплив, аксіоматичність/істинність, несподіваність аргументації, констатацію та приниження.

Окрім того, афоризм застосовується в офіційній і неофіційній ситуації спілкування, в усному чи письмовому мовленні, за різних соціальних умов. Час, місце, особа людини, яка створює, відтворює чи сприймає афоризм, майже не обмежені. Іншими словами, комунікація може бути внутрішньоособистісною, міжособистісною, груповою, суспільною.

Окремої уваги потребує той факт, що думки, які викладені в афоризмах, часто суперечать сталому світогляду, ці думки нерідко виражені алогізмом. Аналіз англomовних афоризмів показав, що найбільш поширеним видом алогізму є парадокс, головним принципом якого є тлумачення явища всупереч поширеній думці:

A cigarette is the perfect type of a perfect pleasure. It is exquisite, and it leaves one unsatisfied. (Oscar Wilde, 'The Picture of Dorian Gray' (1891) ch. 6) [16, p. 1713].

Отже, дослідження лінгвостилістичної специфіки англomовного афоризму з погляду їх зумовленості екстралінгвальними чинниками та стильовими рисами уможливило вирішення проблеми визначення функціонально-стильового статусу мови афоризму. На підставі концепції про екстралінгвальне підґрунтя стильової специфіки певного жанру вважаємо за доцільне виокремити такі чинники, що детермінують мовностилістичну специфіку тексту англomовного афоризму:

- авторство: наявність автора є конституційною ознакою афоризму: індивідуальна позиція автора та світогляд, які часто протистоять загальноприйнятим догмам, є важливим фактором специфіки афоризму;

- поліфункціональність як націленість афоризму на максимально широкий вплив, його здатність об'єктивувати декілька прагматичних настанов одночасно;

- комунікативна варіативність (комунікація, у межах якої застосовується афоризм, може бути внутрішньоособистісною, міжособистісною, груповою, суспільною та відбуватися у різних сферах спілкування);

- пріоритет новаторського підходу до викладення думки як властивість афоризму до відтворення традиційних істин під новим кутом зору, який інколи є діаметрально протилежним сталим уявленням.

Уважаємо, що екстралінгвальній зумовленості належить визначальна роль під час формування стильових рис англомовного афоризму. Ці позамовні чинники зумовлюють стильові риси афористичного тексту, серед яких ми, передусім, зазначаємо такі: загальнозначущість, експресивність, інформативна щільність, імпліцитність, інтенціональність, аксіоматичність/істинність [1]. У створенні лінгвостилістичної специфіки афористичного тексту бере участь також художньо-образна мовленнєва конкретизація як специфічна властивість художнього мовлення загалом (за М. М. Кожиною) [14, с. 585].

Запропонована схема наочно демонструє вплив позамовних чинників на формування стильових рис англомовного афоризму.

В англомовних афоризмах художньо-образна мовленнєва конкретизація як базова властивість художнього мовлення детермінується цілим комплексом екстралінгвальних чинників і набуває специфічного характеру. Поняття художньо-образної мовленнєвої конкретизації виходить за межі словесної образності, простого використання метафор або інших подібних засобів мови (тропів і фігур), а також емотивних мовних елементів як вираження емоційності мови. Ця властивість, на думку М. М. Кожиної, проявляється у навмисно створеній за законами мистецтва організації мовних засобів у мовній тканині художнього твору, завдяки якій слово-поняття «трансформується» у слово-образ, стає виразом індивідуально-неповторних, ніби видимих внутрішнім зором, цілісних художніх образів (та їх елементів – «мікрообразів»), які пропущені через естетичну оцінку письменника. Засобами художньо-образної мовленнєвої конкретизації можуть бути стилістичні засоби: контраст, аналогія, композиція, метафоризація, прирошення смислу, акцентне «висунення» слів, використання внутрішньої форми слова та ін. [14, с. 585–594].

Через максимальну лаконічність, високу інформативну щільність англомовного афоризму такі засоби художньо-мовленнєвої конкретизації як образна деталізація, дієслівна розповідь, композиційні засоби неможливо застосовувати в текстах цього жанру. Водночас для досягнення художньої образності широко використовується метафоризація. Наприклад, у наведеному афоризмі *the price* є метафорою матеріальний цінностей, натомість *the value* вжито як метафоричний образ життєвих нематеріальний цінностей:

[*A cynic is*] a man who knows *the price of everything and the value of nothing* (*Oscar Wilde 'Lady Windermere's Fan' (1892) act 3*) [16, с. 1712].

Тропи є окремим випадком мовного втілення образності. При цьому яскравий образ будується на використанні схожості (часто певної риси) двох далеких один від одного предметів. Зокрема, порівняння розуму з парашутом надає цьому афоризму насиченої образності та експресивності:

Minds are like parachutes, they only function they are open (*James Dewar*) [15, с. 100].

Важливу роль у реалізації художньо-образної мовленнєвої конкретизації англомовного афоризму відіграє висунення, або «засоби формальної організації тексту, які фокусують увагу читача на певних елементах повідомлення і встановлюють семантично релевантні відносини між елементами одного або частіше різних рівнів» [4, с. 99]. Дослідниками зазначалося, що найважливіші елементи змісту в тексті займають місця там, де вони будуть по-особливому привертати увагу читача: «Функції висунення – встановлення ієрархії змістів, фокусування уваги на найважливішому, підсилення емоційності та естетичного ефекту, встановлення значущих зв'язків між суміжними та дистантними елементами, які належать до одного чи різних рівнів, забезпечення зв'язності тексту» [3, с. 24]. Це зауваження, на нашу думку, стосується, насамперед, вставних афоризмів. В абзаци афористичні вислови можуть бути розміщені у початковій, середній та завершальній позиціях. Сильною позицією є розміщення афоризму на початку чи наприкінці абзацу або його формальне виділення в окремий абзац. За



Рис. 1. Схема впливу позамовних чинників на специфіку стильових рис англомовного афоризму та їх мовленнєву реалізацію

такого розташування стилістичний ефект значно підсилюється.

Стилю афоризму притаманна конвергенція як тип висунення, або «сходження в одному місці пучку стилістичних засобів, які беруть участь в єдиній стилістичній функції» [4, с. 100–103]. Ефект кожного окремого стилістичного прийому, за умов одночасного застосування декількох засобів, створює особливо потужну експресивність [13, с. 88–89]. На увагу заслуговує той факт, що цей тип висунення проявляється навіть у такому малоформатному тексті, як афористичний вислів.

Іншими словами, висунення по типу конвергенції ґрунтується на надмірності на стилістичному рівні. Наприклад, в одному афоризмі можуть поєднуватися паралелізм, еліпсис, антитеза:

All women become like their mothers. That is their tragedy. No man does. That's his (Oscar Wilde, 'The Importance of Being Earnest' (1895) act 1 and 'A Woman of No Importance' (1893) act 2) [16, с. 1712].

Поширеним в англійських афоризмах є тип висунення, заснований на порушенні передбачуваності, або ошукане очікування (термін Р. Якобсона). В англійських афоризмах висунення цього типу найчастіше реалізується на семантичному рівні. Це відбувається, коли порушується звичайна передбачувана норма (стилістична, соціальна, моральна тощо), яка відповідає психологічному, лінгвістичному або життєвому досвідові особи. Зокрема, у наведеному далі афоризмі неочікуваним є порушення морально-етичних норм, адже традиційно звернення до Бога з проханням «дати знак» передбачає певні духовні аспекти. Натомість деталізоване (з урахуванням розміру та місця депозиту) матеріальне побажання порушує цю норму:

If only God would give me some clear sign! Like making a large deposit in my name at a Swiss bank (Woody Allen) [15, с. 365].

Продуктивним синтаксичним інструментом досягнення ефекту ошуканого очікування є застосування паралельних конструкцій:

Women do not find it difficult nowadays to behave like men, but they often find it extremely difficult to behave like gentlemen (Compton Mackenzie) [15, с. 161].

У першій частині цього афоризму вжито протиставлення *women – behave like men*, тому у другій частині вислову логічним є очікування *but they often find it extremely difficult to behave like women*, але натомість автор завершує афоризм словами *but they often find it extremely difficult to behave like gentlemen*.

Висновки і пропозиції. На нашу думку, мовно-стилістичну специфіку тексту англійського афоризму зумовлюють, насамперед, такі позамовні чинники, як: індивідуальність думки, що міститься в афоризмі; поліінтенціональність як здатність об'єктивувати декілька прагматичних настанов одночасно; комунікативна варіативність; пріоритетність новаторського підходу до викладення. Художньо-образна мовленнєва конкретизація в англійському афоризмі характеризується певною специфікою. Через максимальну лаконічність, високу інформативну щільність такі засоби художньо-мовленнєвої конкретизації, як образна деталізація, дієслівна розповідь, композиційні засоби, неможливо застосовувати в афоризмах. Водночас для досягнення художньої образності широко використовується метафоризація. Стилю афоризму притаманна конвергенція. Поширеним в англійських афоризмах є тип висунення, заснований на порушенні передбачуваності, або ошукане очікування.

Список літератури:

1. Анастасьєва О. А. Лінгвостилевова специфіка англійського афоризма. *Сучасна Англійська: Традиції. Сьогодення. Перспективи*. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2011. С. 7–9.
2. Анастасьєва О. А. Прагматичні функції афоризму (на матеріалі англійської мови). *STUDIA SLOBOZHANICA* : матеріали міжнародної науково-методичної конференції «Слобожанський гуманітарій – 2015», м. Харків, ХНТУСГ, 27 листопада 2015 р. Харків : Тарасенко В. П., 2016. С. 261–267.
3. Арнольд І. В. Значення сильної позиції для інтерпретації художественного тексту. *Іностранные языки в школе*. 1978. № 4. С. 23–31.
4. Арнольд І. В. Стилїстика. *Современный английский язык* ; 5-е изд., испр. и доп. Москва : Флинта: Наука, 2002. 384 с.
5. Венгранович М. А. Экстралінгвістическа обумовленість лінгвостилевої специфіки фольклорного тексту : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Москва, 2006. 448 с.
6. Кожина М. Н. Стилїстика російського мови : учебник. Москва : Флинта: Наука, 2008. 464 с.
7. Кульгав М. П. Основные стилевые черты и синтаксические средства их реализации в современной немецкой научно-технической речи : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Москва, 1964. 26 с.
8. Одинцов В. В. Стилїстика текста. Москва : Наука, 1980. 263 с.

9. Піхтовнікова Л. С. Синергія стилю байки: німецька віршована байка XIII–XX ст. : монографія. Харків : Бізнес Інформ, 1999. 220 с.
10. Піхтовнікова Л. С. Еволюція німецької віршованої байки (XIII–XX ст.): жанрово-стилістичні аспекти : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04 ; 10.01.05. Київ, 2000. 427 с.
11. Ризель Э. Г. Полярные стилевые черты и их языковое воплощение. *Иностранные языки в школе*. 1961. № 3. С. 96–103.
12. Ризель Э. Г. К вопросу об иерархии стилистических систем и основных текстологических единиц. *Иностранные языки в школе*. 1975. № 6. С. 8–14.
13. Риффатер М. Критерии стилистического анализа. *Новое в зарубежной лингвистике*. 1980. Вып. 9. С. 69–97.
14. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной ; 2-е изд., испр. и доп. Москва : Флинта: Наука, 2006. 696 с.
15. Gray R. A treasury of memorable quotations. Macmillan Collector's Library, 2003. 416 p.
16. The Oxford Dictionary of Quotations. Oxford University Press / ed. Knowles Elizabeth. 2004. 1768 p.

Anastasieva O. A. FACTORS OF FORMATION OF LINGUISTIC AND STYLISTIC SPECIFICS OF THE ENGLISH LANGUAGE APHORISM

The paper analyzes the role of non-linguistic factors in the formation of a specific style of aphorism as a type of text. First of all, the content of these factors has been considered, as well as their relationship with the stylistic features of the English language aphorism. The starting point is that is the idea that stylistic features are a component of the determinative vertical from the extralingual basis of functional style to those functions of the corresponding language varieties that they determine. Means of speech realization has been clearly considered on examples. It has been established that the linguistic and stylistic specificity of the English aphorism is due primarily to such non-linguistic factors as: the individuality of the thought contained in the aphorism; polyintentionality as the ability to objectify several pragmatic guidelines at the same time; communicative variability (communication, within which the aphorism is used, can be intrapersonal, interpersonal, group, social and occur in different areas of communication); the priority of an innovative approach to expressing ideas (thoughts set out in aphorisms often contradict the established worldview, these thoughts are often expressed in alogisms). These non-linguistic factors determine the stylistic features of the aphoristic text, primarily the following: general significance, expressiveness, informative density, implicitness, intentionality, axiomaticity / truth. It has been determined that artistic and figurative speech concretization, along with other stylistic features, plays an important role in the creation of linguistic and stylistic specifics of the English language aphorism. Artistic speech concretization in the English language aphorisms is characterized by a certain originality. Due to the maximum conciseness, high informative density, such means of artistic and speech concretization as figurative detailing, verbal narration, compositional means cannot be used in aphorisms. At the same time, metaphORIZATION is widely used to achieve artistic imagery. The style of the aphorism is characterized by convergence. The type of promotion based on a violation of predictability, or deceived expectations is common in the English language aphorisms.

Key words: *the English language aphorism, non-linguistic factors, style-forming factors, linguistic and stylistic specifics.*