

УДК 811.111:81.42

Бабич В. І.

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНА СТРАТЕГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЛІРИЧНОГО Я ТА МОВЛЕННЄВІ ТАКТИКИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ В ІДІОДИСКУРСАХ Р. ФРОСТА І К. СЕНДБЕРГА

У статті проаналізовано сутнісні характеристики функціонування комунікативно-прагматичної стратегії самопрезентації ліричного Я та мовленнєвих тактик її вираження в ідіодискурсах представників епохи американського модернізму Р. Фроста і К. Сендберга. Було доведено, що в ідіодискурсах, що аналізуються, мовленнєвими тактиками реалізації зазначеної стратегії виступають: тактика створення позитивного іміджу ліричного я, тактика солідаризації образу автора з адресатом, тактика дистанціювання.

Ключові слова: ліричне я, комунікативно-прагматична стратегія самопрезентації, мовленнєві тактики, мовно-мовленнєві засоби вираження, ідіодискурси Р. Фроста і К. Сендберга.

Бабич В. І. Коммуникативно-прагматическая стратегия самопрезентации лирического Я и речевые тактики ее реализации в идиодискурсах Р. Фроста и К. Сэндберга. – Статья.

В статье предпринята попытка проанализировать речевые тактики реализации коммуникативно-прагматической стратегии самопрезентации лирического Я и лингвостилистические средства их выражения в идиодискурсах представителей эпохи американского модернизма Р. Фроста и К. Сэндберга. К ним автор относит следующие: тактика создания позитивного имиджа лирического я, тактика солидаризации образа автора с адресатом, тактика дистанцирования.

Ключевые слова: лирическое я, коммуникативно-прагматическая стратегия самопрезентации, речевые тактики, лингвостилистические средства выражения, идиодискурсы Р. Фроста и К. Сэндберга.

Babych V. I. Communicative and pragmatic strategy of self-presentation of lyrical I and speech tactics of its realization in idiodiscourses of R. Frost and C. Sandburg. – Article.

The article deals with the analysis of the speech tactics of the realization of the communicative and pragmatic strategy of self-presentation of the lyrical I and linguo-stylistic means of its expression in the idiodiscourses of R. Frost and C. Sandburg. The author discriminates the following tactics: the tactics of creation of a positive image of the lyrical I, the tactics of solidarity of the author's image with the addressee, the tactics of distancing.

Key words: lyrical I, communicative and pragmatic strategy of self-presentation, speech tactics, linguo-stylistic means of expression, idiodiscourses of R. Frost and C. Sandburg.

Одне із завдань сучасної когнітивної поетики полягає у встановленні комунікативно-прагматичних стратегій функціонування ключових категорій поетичного дискурсу, зокрема ліричного я, та проведенні аналізу мовленнєвих тактик їх реалізації за допомогою різноманітних мовно-мовленнєвих засобів в окремих поетичних ідіодискурсах.

Поетичний дискурс як суб'єктивна творча інтерпретація навколишнього світу, безумовно, характеризується цілою низкою комунікативних стратегій його породження та сприйняття. Дослідження комунікативних стратегій, які впливають на адресата, активно розробляються в рамках теорії комунікації, лінгвістичної прагматики та інших сферах вивчення мови [5, с. 27]. Згідно з Т. ван Дейком мовні стратегії визначають дискурс як певну послідовність мовленнєвих актів, яка має на меті їхню взаємодію [3, с. 154; 6, с. 34], в результаті чого виникає необхідність розуміння дискурсу як моделі, що ґрунтується на стратегічному підході, звідси введення терміна «комунікативна (мовленнева) стратегія».

У сучасних лінгвістичних дослідженнях вивчення комунікативно-прагматичних особливостей поетичного дискурсу проводиться в різних напрямках: у світлі теорії мовленнєвих актів (Л. Безугла, О. Заболотська, А. Хавхун та ін.), у контексті аналізу функцій поетичних форм (М. Акішина, Н. Алфьорова, Л. Белехова, Т. Гор-

чак, Н. Петренко та ін.), у площині визначення комунікативних ситуацій та стратегій породження поетичного дискурсу (М. Алефіренко, О. Воробйова, М. Зубець, Ж. Маслова, О. Соколова, Ю. Фокіна, І. Чумак-Жунь та ін.).

Додаткового вивчення, на наш погляд, потребує прагматична іпостась ліричного я в поетичному дискурсі, яка представляє цілеспрямований вплив адресанта поетичного тексту на читача, відбитий в авторських комунікативно-прагматичних стратегіях і тактиках, які, своєю чергою, реалізуються за допомогою різноманітних мовно-стилістичних засобів [1, с. 40].

Головною метою цієї роботи є встановлення мовленнєвих тактик реалізації комунікативно-прагматичної стратегії самопрезентації ліричного я та аналіз мовно-мовленнєвих засобів її вираження в ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга.

Комунікативно-прагматична стратегія самопрезентації полягає у створенні певного враження про мовця і, в основному, підтримці його позитивного іміджу. Для позначення стратегії самопрезентації (self-presentation) використовують такі терміни, як «управління враженням» (impression management) і «управління атрибуцією» (attribution management). В основі самопрезентації лежать потреба у схваленні, мотив влади, прагнення до переваги, потреба в повазі, мотив привертання до себе уваги тощо [2, с. 100].

Американський соціолог І. Гоффман уперше повно описав феномен самопрезентації і стверджував, що соціальна поведінка має на увазі спробу однієї людини (the actor) вплинути на сприйняття її іншою людиною (the target). Читача цікавить різноманітна інформація про людину, яка впливає на враження про неї: соціальний статус, компетентність, установки тощо. На його думку, адресант активізує можливість справити враження з метою відповідати своїй соціальній ролі й очікуванням читача. Самопрезентація – це не тільки управління враженням, але й самовираження – демонстрація своїх думок, досвіду, цінностей, характеру тощо [8, с. 81].

Як стверджує О. Іссерс, стратегія самопрезентації певною мірою присутня за будь-яких умов комунікації як допоміжна стратегія [5, с. 74]. Однак у деяких випадках стратегія самопрезентації одночасно є основною і допоміжною. Йдеться про такі комунікативні ситуації, в яких самопрезентація є першорядною метою мовця. Прикладом подібної комунікативної ситуації може бути й поетичний дискурс, основною функцією якого є мовленнєвий вплив на адресата, де самопрезентація суб'єкта впливу з'являється як одна з основних стратегій.

Згідно з Т. ван Дейком стратегія самопрезентації повинна блокувати негативні висновки, пов'язані з оцінними судженнями. Це сприяє створенню аргументованих послідовностей, що роблять оцінки слухними й соціально прийнятними [7, с. 375].

Тактики, що реалізують стратегію самопрезентації, є досить різноманітними, у зв'язку із чим набуває важливості їх систематизація. Пропонується дві основи для їхньої класифікації:

1) використовується знакова система. Відповідно, виділяються вербальні й невербальні тактики самопрезентації;

2) предмет самопрезентації. Вербальні тактики самопрезентації можуть бути прямими – в тому випадку, коли суб'єкт повідомляє інформацію про себе, і непрямими – коли він використовує для самопрезентації інформацію про інших людей і явища, з якими він може бути асоційований, і тим самим побічно управляє враженням про себе [4, с. 51].

До невербальних тактик належать: зовнішній вигляд, одяг, манера триматися, обстановка, мовні манери, пози, міміка, жести, поведінкові прийоми (наприклад, мовчання, уникання уваги, самоусунення) й інші. До прямих вербальних тактик належать: передача об'єктивної інформації про себе, передача суб'єктивної інформації про себе, акцентування позитивної інформації про себе, акцентування негативної інформації про себе й інші. Непрямими вербальними тактиками виступають: тактика ототожнення з ким-небудь, чим-небудь, тактика примикання до переможця, тактика штучного підвищення ступеня

об'єктивності переданої інформації, тактика дистанціювання й інші [4, с. 51].

В ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга мовленнєвими тактиками реалізації комунікативно-прагматичної стратегії самопрезентації ліричного я виступають: тактика створення позитивного іміджу ліричного я, тактика солідаризації образу автора з адресатом, тактика дистанціювання.

Тактика створення позитивного іміджу ліричного я. Ця тактика покликана створити гідний образ автора для потенційного читача. Реалізація тактики полягає в грі адресанта на схильності адресата співпереживати, співчувати. Із цих позицій широко застосовується посилення на особистий досвід, в основному невдалий, з наступним повідомленням про те, що проблема була вирішена.

Тактика солідаризації з адресатом – створення враження спільності поглядів, інтересів, устремлень, відчуття «психологічного співзвуччя» автора й читача. Ця тактика реалізується через вибір ілюстративних епітетів і зімкнення. Найчастіше для подібних цілей використовують інклюзивний займенник *ми* (*we*). Його особливість полягає в тому, що він поєднує у своїй семантиці відправника й отримувача повідомлення.

Тактика дистанціювання полягає у протиставленні «ми» – «вони» з обов'язковим дистанціюванням від тих, хто утворює «не своє» (тобто чуже) коло. Причому оцінка «свого» кола завжди є позитивною, а оцінка «чужого» – завжди негативною, наприклад:

Have I told any man to be a liar for my sake?

Have I sold ice to the poor in summer and coal to the poor in winter for the sake of daughters who nursed brindle bull terriers and led with a leash their dogs clothed in plaid wool jackets?

Have I given any man an earful too much of my talk – or asked any man to take a snootful of booze on my account?

Have I put wool in my own ears when men tried to tell me what was good for me? Have I been a bum listener?

Have I taken dollars from the living and the unborn while I made speeches on the retributions that shadow the heels of the dishonest?

Have I done any good under cover? Or have I always put it in the show windows and the newspapers?
(C. Sandburg, "Questionnaire")

У цьому вірші К. Сендберга тактика створення позитивного іміджу ліричного я реалізується в основному завдяки використанню питальних речень. Звертаємо увагу на те, що весь вірш складається виключно з речень такого типу загальною кількістю у вісім одиниць. Граматично запитальні речення мають семантику теперішнього завершеного часу (the Present Perfect Tense). Семантично всі речення негативно конотовані, що досягається різноманітними мовностилістичними засобами:

лексичними одиницями з негативною семантикою (*liar, bum listener, booze, dishonest*), контекстуальними антитезами та антонімами (*ice to the poor in summer – coal to the poor in winter; the living and the unborn*), субстантивованими прикметниками (*an earful too much of my talk – a snootful of booze*), фразеологічними зворотами (*for my sake, on my account, put wool in my own ears; done any good under cover*). Автор сподівається, що на всі поставлені ним семантично негативні питання адресат дасть такі самі негативні відповіді, а отже, згідно із законом заперечення заперечення, він отримуватиме позитивний висновок щодо свого іміджу.

Приклад реалізації тактики створення позитивного іміджу в рамках комунікативно-прагматичної стратегії самопрезентації вираження ліричного я знаходимо й в ідіодискурсі Р. Фроста:

*In the thick of a teeming snowfall
I saw my shadow on snow.
I turned and looked back up at the sky,
Where we still look to ask the why
Of everything below.
If I shed such a darkness,
If the reason was in me,
That shadow of mine should show in form
Against the shapeless shadow of storm,
How swarthy I must be.
I turned and looked back upward.
The whole sky was blue;
And the thick flakes floating at a pause
Were but frost knots on an airy gauze,
With the sun shining through.*

(R. Frost, "Afterflakes")

Тактика створення позитивного іміджу ліричного я в цьому вірші реалізується завдяки частому використанню особового займенника першої особи однини *I* з дієсловами дії та стану (*I saw; I turned and looked back; I shed; the reason was in me; I must be*).

Водночас у цьому прикладі звертаємо увагу також на застосування тактики солідаризації образу автора з адресатом. Перша строфа становить вступ, тобто тут подається роз'яснення проблемної ситуації в рамках об'єктивного світу (*In the sick of a teeming snowfall / I saw my shadow on snow / I turned and looked back up at the sky*). Ці дві дії спровокували перехід у внутрішній, суб'єктивний світ поета: *Where we still look to ask the why / Of everything below*. Друга строфа цілком присвячена опису суб'єктивного світу, при цьому пропонується розкриття, пояснення проблеми: *If I shed such a darkness, / if the reason was in me*. Тут беруть участь такі засоби виділення, як паралельна конструкція і повтор. Емоційний вплив на адресата з метою солідаризації із ним створюється шляхом дублювання того самого змісту в різному мовному оформленні. Суб'єктивний висновок: *That shadow of mine should show in form / Against the*

shapeless shadow of storm, / How swarthy I must be також має засоби експресії. Вказівний займенник *that* з постпозицією прикметника використано для додаткового привернення уваги й конкретного вираження проблеми *shadow*. Інверсія важливої умови для висновку оформлена за допомогою переносу. Експресивна конструкція підсилює висновок. Третя строфа за допомогою повтору другої дії (*I turned and looked back upward*) повертає читача в реальний світ. Характерним є відділення цієї дії в окреме коротке речення. Далі йде висновок у рамках об'єктивного світу (*The whole sky was blue; And the sick flakes floating at a pause Were but frost knots on an airy gauze, With the sun shining through*). Виділення висновку в об'єктивному світі здійснене за допомогою сполучника *but*. Саме на цьому місці використовується перенесення, що розділяє підмет і присудок.

Класичним прикладом втілення тактики солідаризації образу автора з адресатом є вірш К. Сендберга «I Am the People, the Mob».

Ми наголошуємо, що використання метонімічного порівняння образу автора із народом, натовпом, масою (*I am the people – the mob – the crowd – the mass*), із робітниками, винахідниками, виробниками їжі та одягу (*I am the workingman, the inventor, the maker of the world's food and clothes*), із байдужими спостерігачами, на очах яких твориться світова історія (*I am the audience that witnesses history*), із родючим ґрунтом та прерією, яку нещадно використовують (*I am the seed ground. I am a prairie that will stand for much plowing.*), у формі коротких двоскладних, здебільшого непоширених речень (*I forget., Terrible storms pass over me., The best of me is sucked out and wasted.*), переважно безсполучникових поєднань частин складних речень – усе це є мовностилістичними засобами реалізації тактики консолідації адресанта з адресатом у рамках загальної комунікативно-прагматичної стратегії самопрезентації вираження ліричного я в ідіодискурсі К. Сендберга.

Насамкінець, звернемося до прикладу реалізації мовленнєвої тактики дистанціювання, яка допомагає розкрити комунікативно-прагматичну стратегію самопрезентації вираження ліричного я в аналізованих ідіодискурсах. Для цього знову звернемося до вірша К. Сендберга «The Liars».

У ньому автор чітко протиставляє кола «свій» – «чужий», перш за все, на лексико-семантичному рівні поетичного тексту (*people, nations – liars*). Іншими мовностилістичними засобами реалізації цієї тактики виступають лексичні одиниці з негативною семантикою (*crummy hobo; lousy doughboy; twisted*), неодноразові синтаксичні повтори із лексемою *let* з метою демонстрації семантичного протистояння між поняттями «добро» і «зло» (*Let the strong men be ready; Let the strong men watch; Let your wrists be cool and your head*

clear – Let the liars get their finish), односкладні речення з лексико-синтаксичними повторами (*To hell with'em all, The liars who lie to nations, The liars who lie to The People*).

А ось у наступному прикладі із творчої спадщини Р. Фроста стратегія самопрезентації виражена у вигляді афоризмів, через які ліричне я постає таким, де автор опікується цінностями життя:

*That day she put our heads together,
Fate had her imagination about her,
Your head so much concerned with outer,
Mine with inner, weather.*

(*R. Frost, "Tree at My Window"*)

Відношення до природи як до символу божественного провидіння властиво ідіодискурсу Р. Фроста. Але в природі він шукає не тільки й не стільки провиденціального знака й доброти, а співзвучності й спорідненості. Людина, в його розумінні, є частиною природи, але частиною зовсім особливою, такою, що з нею повністю не зливається.

Отже, в ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга комунікативно-прагматична стратегія самопрезентації ліричного я у вербальній площині реалізується за рахунок використання таких

мовно-мовленнєвих засобів, як питальні речення з негативною семантикою, лексичні одиниці з негативною конотацією, контекстуальні антитези та антоніми, субстантивовані прикметники, фразеологічні звороти, особові займенники першої особи однини з дієсловами дії та стану, інверсії, метонімії, короткі двоскладні непоширені речення, безсполучникові поєднання частин складних речень, лексико-синтаксичні повтори тощо.

Інформаційна функція комунікативно-прагматичної стратегії самопрезентації ліричного я в ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга має такі відмінності: К. Сендберг презентує своє ліричне я через протиставлення «ми – вони», «добро – зло», «мир – війна», «свобода – неволя». Для Р. Фроста характерним є зображення спільності поглядів, інтересів, устремлінь, відчуття психологічного співзвуччя автора й читача.

Перспективи подальших наукових розвідок вбачаємо у встановленні інших комунікативно-прагматичних стратегій функціонування ліричного я та визначенні відповідних мовленнєвих тактик їх реалізації в ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга.

Література

1. Бабич В.І. Ліричне я в ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга : лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / В.І. Бабич. – Херсон, 2017. – 217 с.
2. Гофман И. Представления себя другими в повседневной жизни / И. Гофман. – М. : Канон-Пресс-Ц, 2000. – 304 с.
3. Дейк Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1988. – Вып. 23 : Когнитивные аспекты языка. – С. 153–211.
4. Дубских А.И. Средства реализации коммуникативной стратегии самопрезентации личности в массово-информационном дискурсе / А.И. Дубских // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 30(171). Филология. Искусствоведение. – Вып. 35. – С. 50–54.
5. Иссер О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : монография / О.С. Иссерс. – Омск : Изд-во Омского гос. ун-та, 1999. – 285 с.
6. Dijk T. A. van. The Study of Discourse / T. A. van Dijk // Discourse as Structure and process. – London : Sage Publications, 1997. – P. 1–35.
7. Dijk T. A van. Strategies of discourse comprehension / T. A. van Dijk, W. Kintsch. – New York : Academic press, 1983. – 375 p.
8. Goffman E. Relations in Public : microstudies of the public order / E. Goffman. – London : Allen Lane. The Penguin Press, 1971. – 396 p.