

Философия и филология – Языковедение и иностранные языки в современном мире

УДК 81'42

Таценко Н.В., Недосека А.М.

**АКСІОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ЯК
ЗАСОБІВ ЕМПАТИЗАЦІЇ АНГЛОМОВНОГО ХУДОЖНЬОГО
ДИСКУРСУ**

*Сумський державний університет
Суми, Римського-Корсакова 2, 40007*

Tatsenko N.V., Nedoseka A.M.

**AXIOLOGICAL FEATURES OF PHRASEOLOGISMS AS
MEANS OF EMPATIZATION OF ENGLISH LITERARY DISCOURSE**

*Sumy State University
Sumy, Rymaskogo-Korsakova 2, 40007*

Анотація. У статті подано аналіз аксіологічного компонента в складі фразеологічних одиниць як засобів емпатизації англomовного художнього дискурсу. Виявлено функціональний потенціал фразеологізмів з позитивним та негативним оцінним компонентом у процесі зміни експресивності висловлення з метою здійснення впливу на адресата.

Ключові слова: аксіологія, емпатизація, фразеологізм, художній дискурс.

Abstract. The article focuses on the axiological component of phraseological units as means of empatization of English literary discourse. Functional potential of phraseologisms with positive and negative evaluative components in the process of changing the sentence expressivity with the aim of influence on the addressee is revealed.

Keywords: axiology, empatization, phraseologism, literary discourse.

Вступ. Сучасний стан розвитку лінгвістики характеризується посиленням інтересом до маркерів емоційно-оцінного ставлення людей один до одного та засобів урегулювання міжособистісних стосунків мовців у процесі комунікативної взаємодії. Аксіологічна трактовка лінгвістичної та логічної

категорії оцінки, проблематика ціннісної картини світу, а також тлумачення оцінності досить широко подані у працях сучасних вітчизняних та зарубіжних учених [5; 6; 7; 8; 9; 10; 16; 18; 24].

У теорії та практиці емотіології питання про співвідношення емоції та оцінки залишається відкритим. Дослідники вважають, що емоція – це форма оцінки суб'єктом об'єкту світу [13, с. 8], тобто в основі емоції лежить оцінка, а кожна емоція людини є результатом певного виду оцінки. Згідно з О. М. Вольф, оцінка й емоція взаємодіють таким чином: 1) оцінка є думкою суб'єкта про цінність об'єкта для нього; 2) емоція є переживанням суб'єктом цієї думки [6, с. 42].

Виходячи з цього, правомірно говорити про те, що вираження оцінки є сигналом прояву емоційного стану мовця, який експліцитно вказує на розподіл його симпатій або антипатій, а засоби вираження емпатії репрезентують оцінку світу в аспекті позитивності або негативності. Тим самим, аксіологія є важливою частиною емпатизації дискурсу як процесу зміни експресивності висловлення для ефективного донесення емоційної інформації з метою здійснення впливу на адресата.

Проблема оцінності детальніше опрацьована в лексичній системі мови, ніж у фразеологічній. Цим пояснюється активна зацікавленість учених дослідженням оцінного компонента в складі фразеологічних одиниць. Фразеологія надає винятково багатий матеріал для аналізу аксіологічних закономірностей та зафіксованих у мові стратегій оцінювання, оскільки фразеологізм сам по собі вже містить великий об'єм додаткової інформації про характер вчинків або поведінки людини.

Таким чином, актуальність теми зумовлена відсутністю вичерпних досліджень репрезентації аксіологічних характеристик фразеологізмів у англomовному художньому дискурсі, а також необхідністю аналізу впливу семантики фразеологічних одиниць із позитивним та негативним значеннями на процес емпатизації дискурсу.

Аксіологія – це філософське вчення про цінності, що вивчає структуру

ціннісного світу, сутність цінностей та їх місце в реальності [9, с. 12]. Феномен мовної оцінки є найбільш неоднозначним явищем, яке прямо або опосередковано відображене у філософській парадигмі пізнання, і отримує безліч науково-лінгвістичних інтерпретацій свого значення, структурного статусу та функціональних характеристик.

Критерії оцінки залежать від норм суспільства й тісно пов'язані з його стереотипами. Аксіологічна шкала, на якій базується оцінка, включає два полюси: “добре” – “погано”. Між ними перебувають оцінні слова, що виражають позитивну чи негативну оцінку тією чи іншою мірою [1, с. 9]. Підґрунтя оцінки орієнтоване на когнітивну сферу мовця, воно відображає знання особи, що формуються зв'язками ментальної й соціальної природи навколишньої дійсності. Вибір підґрунтя оцінки співвідноситься з поняттям цінностей, які перебувають у діалектичному зв'язку з категорією оцінки: цінність – це критерій оцінки, але сама цінність доступна лише через оцінку.

З погляду аксіології, як певний стандарт цінності виступає саме висловлювання, а відповідність цього висловлювання реальній ситуації характеризуватиметься такими аксіологічними поняттями, як “добре – байдуже – погано” або “краще – рівноцінно – гірше”, які є неодмінними структурними компонентами оцінних висловлювань [7, с. 58]. Ці поняття використовують для характеристики абсолютної (критерієм порівняння є певна фіксована норма) або відносної (порівняння конкретних цінностей між собою, при якому критерієм є одна з цінностей) цінності об'єкта й утворюють дві незалежні системи аксіологічних координат, у яких суб'єкт робить свої оцінки.

Найчастіше оцінку в мові розглядають як оцінний компонент лексичного значення. Такі дослідження є досить закономірними, оскільки саме лексеми як основні одиниці передачі змісту конкретних та абстрактних сутностей зовнішнього світу не лише номінують власне оцінні ознаки, а й передають інформацію про предмети, які є об'єктами мовленнєвої оцінки.

На сьогодні більшість дослідників теорії дискурсу визнають оцінку як важливу складову частину цієї специфічної форми передачі змістової

інформації. Зокрема, виділяють навіть оцінний дискурс, що репрезентується сукупністю текстів, у яких реалізуються аксіологічні макростратегії, а оціненість створюється під впливом різного роду позамовних факторів: політичних/ідеологічних, ментальних, історичних, культурологічних, психологічних та ін. [11, с. 39]. Лінгвісти відмічають також суттєвий вплив аксіологічно орієнтованих за своїм змістовим характером одиниць мови на особливості та характер дискурсу, а також намагаються зробити соціально-ціннісну класифікацію особистості, аналізуючи її манеру ведення дискурсу.

Оцінити – означає висловити думку, судження щодо чогось чи когось як “добре” чи “погано”. Позитивно або негативно оцінюється все, що пов’язане з адресатом, для того, щоб вплинути на його емоційний стан з метою досягнення успіхів у комунікації. Це не означає, що оцінюється сам суб’єкт емоційного стану: він ні поганий, ні хороший; оцінюється причина його стану як радісна чи сумна, а також стан речей, що викликав певні емоції. Аксіологічно марковані фразеологізми досить влучно передають емоційний стан комунікантів (імпліцитно чи експліцитно), оскільки вони є набагато експресивнішими від лексичних одиниць, маючи образний або порівняльний характер.

На думку Я. А. Барана, фразеологізми, як правило, не визначають нові предмети оточення, а вказують на ставлення до знайомих речей та їх оцінку [2, с. 63]. Опис цих речей опосередкований і, разом з тим, влучний та стилістично яскравий. Позначаючи предмет або особу, ознаку, спосіб дії тощо, фразеологізм дає ще й додаткову інформацію про них. Крім того, у структурно-семантичному плані фразеологічні одиниці є складнішими утвореннями, ніж слова, оскільки значення фразеологізму виражається не одним словом, а обов’язковим сполученням двох або кількох компонентів [12, с. 193].

Отже, фразеологізми не лише називають предмети дійсності, вони також є засобом, призначеним для вираження різноманітних оцінних ставлень мовця до того, що відбувається навколо нього чи в його внутрішньому світі. Оцінні

значення являють собою інтерпретацію абстрактних оцінних смислів, сукупність яких створює ментальний простір народу; в ньому, з одного боку, відображена реальна дійсність, а з іншого – сформована специфічна ціннісна картина світу.

Оцінне значення в різних структурах фразеологізмів проявляється по-різному. Під оцінним значенням розуміється позитивна чи негативна характеристика особи чи предмета з точки зору його стійких, постійних якостей, а не випадкових чи тимчасових. Необхідно розрізняти фразеологізми з власним оцінним значенням і з оцінним уживанням [2, с. 149]. Фразеологізми власне оцінного значення володіють цією особливістю постійно, незалежно від умов контексту, а оцінне вживання завжди детерміновано контекстом. Іншими словами, залежно від контексту фразеологізми з оцінним уживанням можуть набувати різних аксіологічних характеристик.

Наприклад, фразеологічна одиниця *nutty as a fruitcake* (“*She’s nutty as a fruitcake. She won’t let us go* [22, с. 172]) має словникове значення “*crazy*” [19, с. 42], і ця негативна семантика залишається такою незалежно від контексту. А от у реченні “*Rebus hadn’t seen much at Craigmillar to justify Bairn’s hardman rep; he was a regular soldier, a form-filler and by-the-book investigator*” [23, с. 154] вжито базову фразеологічну одиницю *by the book*, яка має значення *following the rules exactly* [14, с. 31]. Оцінку цієї фразеологічної одиниці може надати лише сам автор, оскільки невідомо, чи то є позитивним фактом, що герой керується лише вказівками з книжок, чи негативним.

Між емоційним станом, його причиною та їх відображенням у дискурсі існує узгодження в оцінці: виражати емпатію можна з приводу приємних чи неприємних подій, вчинків. Отже, події виступають причинами емоцій у ситуації, а їх оцінка належить не події, а ситуації в цілому. Загалом, за будь-яких підходів до ролі оцінки в емоційних станах ураховуються два аспекти – оцінка самого переживання як приємного чи неприємного й оцінка ситуації як сприятливої чи несприятливої.

Наприклад, у реченні *“I have always found it difficult to talk to my boss, but tomorrow I will have to beard the lion in his den when I go to ask for a better job”* [21, с. 119] вжито фразеологізм *to beard the lion in his den*, який має значення *to confront someone on his or her own territory* [14, с. 28]. За допомогою цього фразеологізму майбутнє переживання героя оцінюється як позитивне, що допомагає йому надати сміливості й наполегливості у вирішенні складної ситуації.

У реченні *“You are an older hand at this than I thought you were”* [23, с. 31] адресант позитивно оцінює ситуацію, використовуючи фразеологізм *old hand*, що має словникове значення: *someone who has done a particular job or activity for a long time and who can do it very well* [14, с. 53]. Виражаючи емпатію, адресант підкреслює розумові здібності героя, схвалює позитивні риси його характеру, тобто, повністю оцінює ситуацію як сприятливу.

Функціональний потенціал фразеологічних одиниць полягає у позначенні позитивної оцінки ситуації в конкретних комунікативних умовах, що дозволяє їм бути вживаними в емпатійних висловленнях. Серед одиниць, які беруть участь в емпатизації дискурсу, найбільше фразеологізмів, що передають позитивну оцінку розумових здібностей, поведінки, рис характеру адресанта або адресата та їх безпосередню емпатійну реакцію: *“He is so gentle. He would never hurt a fly”* [21, с. 244]; *“She was good to me, as good as gold”* [17, с. 301]; *“I couldn’t survive in such a mess without my Girl Friday”* [20, с. 14].

У цьому випадку фразеологізми постають експресивними сигналами, знаком вираження позитивних емоцій, суб’єктивного почуття-ставлення мовця до адресата, до події взагалі та здійснюють психологічний вплив на співрозмовника, примушуючи його переживати сказане сильніше.

Особливої уваги в художньому дискурсі заслуговують фразеологізми на позначення негативної оцінки, оскільки завдяки таким одиницям дуже влучно передаються складні психологічні переживання: горе, розпач, туга, жаль, безпорадність. Такі фразеологізми утворюють особливе смислове ціле, емоційно впливають на адресата, викликаючи співчуття. Негативна оцінка в

них сприймається як відхилення від норми й мотивується двома принциповими факторами: недосконалістю та неспроможністю людини до виконання певних дій, її індивідуальними або соціально неприпустимими недоліками та вадами; нешанобливим, зневажливим ставленням до інших.

У реченні “*Stella is our major stumbling block* [20, с. 39]” фразеологізм *stumbling block* означає, що персонаж – це людина, яка заважає діям інших [3, с. 492]. У цьому випадку негативна оцінка не виражена експліцитно, але зрозуміло, що ставлення мовця є негативним. У фразі “*He was one of those mean scroungers who grabbed a yard when you gave him an inch*” [21, с. 46] актуалізовано контекстуальний трансформ базової фразеологічної одиниці *give him an inch and he will take a mile (a yard, an ell)* [19, с. 47]. Цю фразеологічну одиницю можна перекласти таким чином: *дай йому палець – він і руку відкусить* [4, с. 84], що досить вдало передає експресивність почуттів мовця. Замість того, щоб назвати людину просто жадібною, автор використовує цілу синтаксичну конструкцію, яка містить в собі яскраво виражену негативну семантику.

Щоб викликати осуд у співрозмовника, в реченні “*She’s a bit of a stick-in-mud, my mother*” [23, с. 417] вживається фразеологічна одиниця *stick in the mud (not in accord with or not following current fashion* [14, с. 304]). Продовжуючи тему негативних емоцій, слід розглянути наступні приклади: “*I was ticked off by all of you*” [17, с. 109] (фразеологізм *to tick off somebody* означає вивести когось із себе, розізлити [3, с. 509]); “*You’re enough to try the patience of an oyster*” [15, с. 38] (фразеологізм *to try the patience of an oyster* має словникове значення *to extremely annoy somebody* [14, с. 336]). Ці фразеологічні одиниці, безумовно, допомагають здійснити ефективний вплив на слухача, спонукаючи його до виправлення наявного стану речей.

Таким чином можна зробити висновок, що фразеологічні засоби з позитивною та негативною оцінною семантикою надають експресивності й інтенсивності емпатійним висловленням з метою здійснення емоційного впливу на адресата, сприяючи емпатизації художнього дискурсу. Вони спрямовані на

актуалізацію емоційного переживання, емоційного ставлення й емоційного впливу. Дослідження таких фразеологізмів поглиблює дискурсивний аналіз, оскільки характеризується комунікативно-прагматичною спрямованістю, об'єднує суб'єктно-адресатні відношення з наміром відтворити ефективну мовленнєву взаємодію.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт. – М. : Наука. 1998. – 341 с.
2. Баран Я.А. Фразеологія: знакові величини. – Вінниця : Нова Книга. 2008. – 256 с.
3. Баранцев К.Т. Англо-український фразеологічний словник. – К. : Т-во «Знання». 2006. – 1056 с.
4. Білоноженко В.М. Словник фразеологізмів української мови. – К. : Наукова думка. 2003. – 1104 с.
5. Васильев Л.М. Семантическая категория оценки и оценочные предикаты // Исследования по семантике : Семантические категории. – М. : Наука. 1996. – С. 55–62.
6. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М. : Наука. 2006. – 228 с.
7. Ивин А.А. Аксиология : науч. изд. – М. : Высш. шк. 2006. – 390 с.
8. Космеда Т.А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики : формування і розвиток категорії оцінки. – Л. : Львівськ. нац. ун-т ім. І. Франка. 2000. – 350 с.
9. Кузнецова В.Г. Словарь философских терминов. – М. : ИНФРА-М. 2005. – 731 с.
10. Лукьянова Е.А. Оценочные модели как основа тексторождения (на материале общественно-политической публицистики) : Автореф. дис. канд. филол. наук. – М. : Московский ун-т. 2004. – 20 с.
11. Миронова Н.Н. Дискурс – анализ оценочной семантики : учеб. пособие по языкознанию. – М. : НВИ-ТЕЗАУРУС. 1997. – 158 с.

12. Ужченко Т.Г. Значення фразеологізму. Походження, будова фразеологізмів // Дидактичний матеріал з української мови. Лексика і фразеологія. – К. : Либідь. 1995. – С. 184–218.

13. Шаховский В.И. О лингвистике эмоций // Сб. науч. тр. – Волгоград : Волгоградск. Гос. Пед. Ин-т. 1995. – С. 3–15.

14. Ayto J. Oxford Dictionary of English Idioms. Third Edition. – Oxford : Oxford University Press. 2010. – 416 p.

15. Carrol L. Alice in Wonderland & Through the Looking Glass. – London : Wordsworth Editions Limited. 1995. – 272 p.

16. Forrester M. A. Psychology of Language. A critical Introduction. – London : Sage. 1997. – 372 p.

17. Harris R. The Quality of Love. – London : Arrow Books. 2009. – 408 p.

18. Hernstein B. Contingencies of Value // Critical Inquiry. – Oxford : Oxford University Press. 1997. – 35 p.

19. Klein V. Cambridge Idioms Dictionary. – Cambridge : Cambridge University Press. 2006. – 503 p.

20. Mansell J. Rumour Has It. – London : Headline Publishing Group. 2009. – 410 p.

21. Mortimer C. Christmas Proposals. – London : Harlequin Enterprises, Limited. 2007. – 384 p.

22. Pearse L. Rosie. – London : Penguin Books. 1998. – 629 p.

23. Rankin I. Beggar's Banquet. – London : Orion Books. 2003. – 375 p.

24. Stevenson Ch. L. Ethics and Language. – New Haven : Yale University Press. 1996. – 164 p.

Таценко, Н. В. Аксіологічні характеристики фразеологізмів як засобів емпатизації англomовного художнього дискурсу [Текст] / Н. В. Таценко, А. М. Недосека // Сборник научных трудов SWorld. – Выпуск 1. Том 21. – Иваново : МАРКОВА АД, 2014. – С. 63-69.