

И.Ю. Яковлева, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, Самара (Россия)

Аннотация: В статье приводятся характерные черты общения посредством собственно афоризмов, максим и сентенций как эффективного и действенного способа коммуникации. Демонстрируются примеры реализации признаков афористических высказываний, благодаря которым в ходе коммуникации осуществляется воздействие на адресата на культурном, социальном и психологическом уровнях.

Ключевые слова: коммуникация; афоризм; прагматика.

Человек мыслящий периодически нуждается в проверке своих мыслей, ориентиров, ценностных установок, и эту проверку он проходит в общении с другими людьми, напрямую или опосредованно. Представляется интересным рассмотреть коммуникацию посредством разного рода афористических изречений – собственно афоризмов, максим, сентенций [1].

В соответствии с классификацией видов общения, предложенной Н.И. Формановской [2, с. 34–52], общение посредством афористики имеет целый ряд особенностей.

1. По положению собеседников относительно друг друга – *дистантное*, то есть автор афоризма и адресат разделены пространством и временем.

2. По наличию опосредующего «аппарата» – *опосредованное*, то есть информация передается через печатное или электронное издание.

3. С точки зрения форм существования языка – *письменное*, которое, будучи зафиксированным, обеспечивает возможность возврата к нему и при необходимости переработки его как автором, так и – в нашем случае – адресатом. Для улучшения письменного текста работают редактор, корректор. Здесь надо отметить порой существенный вклад редакторов, когда чрезмерное графическое оформление высказывания, самостоятельная актуализация отдельных его частей выполняли, на наш взгляд, ненужную роль аттракции к графической форме на письме, нежели к содержанию. Например, *One of the simplest methods of stirring my soul is to catch a whiff of baking bread.*

Таким образом, возникает вопрос включения в коммуникацию и редактора сборника как своеобразного интерпретатора сообщения автора афоризма. Сам отбор афоризмов демонстрирует вкусы и взгляды составителя сборника.

4. С точки зрения организации текста по признаку переменной/постоянной коммуникативной роли я-говорящего и ты-слушающего – *монологическое*, которое вследствие обладательного типа мышления [3, с. 419] одних авторов, создавших собственно афоризм (*The value of marriage is not that adults produce children but that children produce adults. Peter De Vries*) или максиму (*The heart may think it knows better: the senses know that absence blots people out. We have really no absent friends. E. Bowen*) попутно, «для себя», как это часто бывает с литературными афоризмами, характеризуется прямой адресацией, и которое на примере сентенций (*Study as if you were going to live forever; live as if you were going to die tomorrow. M. Mitchell*) демонстрирует эксплицитно выраженное наставление, а значит имеет в виду адресата, хотя и не конкретного.

5. С точки зрения количества участников – *массовое*, и здесь особенно важны вопросы авторизации и адресации текста, так как авторский текст обладает большей силой воздействия на воспринимающего, чем текст анонимный [1, с. 40]. В связи с этим можно предположить, что сентенция определенного автора (например, *Don't go around the world as if it owes you a living. The world owes you nothing. It was here first. M. Twain*) произведет большее впечатление на реципиента, нежели сентенция без установленного авторства (например, *Don't waste*

your time thinking about who you ought to be; just be content with who you're becoming.), а также что вообще сентенция – самая эффективная гномическая единица афористического фонда английского языка.

6. С точки зрения соблюдения/несоблюдения канона, строгих правил построения – *промежуточный вариант между свободным и стереотипным*. Общение посредством афористики, с одной стороны, является свободным, так как творческая составляющая очевидна ввиду неограниченного выбора как тем, так и языковых средств организации афористических текстов. С другой стороны, такое общение может быть названо и стереотипным, потому что в каждом высказывании прослеживаются элементы императивной ситуации как центральной в структуре функционально-семантического поля «истинность», к коему мы относим мудрые и остроумные изречения. Например,

Literature is news that STAYS news. E. Pound – данный собственно афоризм призывает к чтению и перечитыванию, так как в литературе всегда можно обнаружить что-то новое для себя вне зависимости от того, сколько раз было прочитано одно и то же произведение.

Those who say it can't be done are usually interrupted by others doing it. J.A. Baldwin – данная максима вдохновляет не сдаваться при столкновении с трудностями.

If you can't convince them, confuse them. H.S. Truman – эта сентенция заставляет любыми способами добиваться своего.

7. С точки зрения личностных отношений и оценок при соблюдении или нарушении социального равновесия и прагматических постулатов – *кооперативное*. Действительно, основные характеристики афоризмов (краткость, завершенность, глубина мысли, нетривиальность, наличие автора) отвечают «принципу кооперации (сотрудничества)» П. Грайса [4, с. 222–224]. Данный принцип составляют 4 постулата (максимы).

Максима количества: сообщай ровно столько информации, сколько требуется для осуществления целей общения, не меньше и не больше. Данная максима реализуется в стремлении афоризмов к *лаконичности*. Например, сентенция *Whatever you do, kid, serve it with a little dressing. G.M. Cohan.*

Максима качества: в высказывании должна сообщаться истина, надо избегать ложных утверждений и таких, для которых не достаточно оснований. Реализация функционально-семантического поля «истинность» является основным критерием выделения гномических высказываний в отдельный блок. Например, максима *I am not discouraged, because every wrong attempt discarded is another step forward. T. Edison.*

Максима отношения, или релевантности относительно темы: не отклоняйся от темы, говори по существу. Это проявляется в структуре сборников афоризмов, где последние распределены по *тематическим* разделам. Например, сборник «The Best Advice Ever Given» [5] состоит из следующих глав:

Chapter 1: Let Others Light Their Candles: Advice on a Proper Education

Chapter 2: Quit When the Gorilla is Tired: Advice on Life and Living

Chapter 3: Anvil or Hammer: Advice on Work and

Leadership

Chapter 4: Love What You Are Doing: Advice on Success – and the Money that sometimes comes with It

Chapter 5: Bait with Your Heart: Advice on Friendship, Love, Marriage, and Other Such Mysteries

Chapter 6: Throw Your Dreams: Advice to Inspire and Encourage

Chapter 7: Hit the Right Keys: Advice on Creativity and the Arts

Chapter 8: Imitate a champion: Advice on Sports and Competition

Chapter 9: A Word to the Wise: Proverbs and Other Folk Sayings

Chapter 10: Enjoy Your Ice Cream: Advice on Advice.

Максима способа выражения: говори ясно. Это правило требует от высказывания *логичности, связности, стилистической однородности, ясности, краткости, выразительности, ответственности*, что в совокупности наблюдается в исследуемом материале.

Очевидно, что единицы гномического корпуса англоязычной афористики отвечают данным постулатам, так как они призваны научить читателя, наставить, прояснить его.

8. Совокупность дистантности, опосредованности, письменности и монологичности обеспечивает *текстовое* общение.

9. По характеру передаваемого содержания – *информативное*. Действительно, читатель априори обращается к мудрым мыслям за знанием или за «информационной поддержкой» в случае каких-либо сомнений в житейских делах. Так, например, из максимы Фреда Роджерса «*Every human being has value. This is the basis of all healthy relationships. Through living each day as it is given to me, I've learned that. It cannot be «taught», but it can be «caught» from those who live their lives right along with us*» можно научиться относиться к человеку, на первый взгляд, «бесполезному» с большей терпимостью.

10. С точки зрения установки на диалог или диалогическое взаимодействие – с одной стороны, *нарративное* общение (этому способствует «обладательный» тип мышления автора), а с другой стороны, общение *в коммуникативном режиме*, так как подразумевается ответная реакция реципиента в виде действия.

Типы воздействия в процессе общения были рассмотрены В.И. Карасиком [6], который выделил воздействие:

– на культурном уровне (воздействие осуществляется всем контекстом культуры);

– на социальном уровне (влияние на человека целенаправленным выбором средств воздействия – авторитетом, манипуляцией, аргументацией и т.д.). На этом уровне актуализируются статусные характеристики че-

ловека;

– на психологическом уровне (личностное, индивидуальное влияние на человека, которое осуществляется как эмпатия и переход в область личностных смыслов).

На наш взгляд, гномические высказывания, отвечающие всем максимам кооперации, сочетают в себе указанные три типа воздействия. Доказательством может послужить любой собственно афоризм, максима или сентенция. Например, максима *I have a dream that one day on the red hills of Georgia the sons of former slaves and the sons of former slave owners will be able to sit down together at the table of brotherhood. M. L. King.*

На культурном уровне в высказывании пропагандируется отмена рабства как феномена, тормозящего развитие общества и его культуры в частности.

На социальном уровне автор использует пропозитивное выражение (*I have a dream*), анафорический повтор (*the sons of former slaves, the sons of former slave owners*), метонимический перенос (*the Red Hills of Georgia*), метафору (*the table of brotherhood*) для того, чтобы сделать свое изречение максимально эмоциональным и убедительным. Здесь формируется статус автора как противника рабовладельческого строя и «миротворца», а также сохраняется или достигается аналогичный статус реципиента.

На психологическом уровне декларируется идея о всеобщем равенстве, любви людей друг к другу в одной на всех стране.

Таким образом, афористические высказывания разного рода даже со страниц печатных или электронных сборников могут служить своеобразным средством коммуникации между автором афоризма и реципиентом. Эффективность подобного общения обусловлена большим прагматическим потенциалом англоязычных афоризмов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Яковлева И.Ю. Лингвопрагматические характеристики англоязычных афористических высказываний : дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2011. 179 с.

2. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М. : Изд-во «ИКАР», 2007. 480 с.

3. Фромм Э. Человек для себя. Революция надежды. Иметь или Быть: [пер. с англ. и нем.]. М. : АСТ: АСТ МОСКВА, 2007. 602 с.

4. Грайс П.Г. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М., 1985. С. 217–237.

5. The Best Advice Ever Given. Edited and with an Introduction by Steven D. Price. THE LYONS PRESS, Guilford, Connecticut, 2006. 2006. 261 p.

6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.

COMMUNICATION BY MEANS OF APHORISTIC SAYINGS

© 2014

I.Y. Yakovleva, candidate of philological sciences, associate professor of the chair of English philology and cross-cultural communication

Samara State Academy of Social Sciences and Humanities, Samara (Russia)

Annotation: The article displays the peculiarities of communication by means of definitions, observations and morals. The author demonstrates the way wise sayings can have an impact on the recipient at the cultural, social and psychological levels.

Keywords: communication; aphoristic saying; pragmatics.