

УДК 81'42 316.77 81'271 81'38

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ИНТЕНСИФИКАЦИИ РЕЧЕВОГО АКТА БЛАГОДАРНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА)

Кивенко И. А.

Одесский национальный медицинский университет

В статье выявлены и описаны стилистические приёмы интенсификации речевого акта благодарности. Проанализированы словарные дефиниции речевого акта благодарности. Определены его иллокутивные цели и прагматические ситуации реализации. Обосновано собственное определение речевого акта благодарности.

Ключевые слова: речевой акт, иллокутивная цель, бехабитив, экспрессив, конвивиал, стилистические средства, благодарность.

Кивенко І. О. Стилiстичнi засоби iнтенсифiкацiї мовленнєвого акту вдячностi (на матерiалi англomовного художнього дискурсу). У статтi виявлено i описано стилiстичнi засоби iнтенсифiкацiї мовленнєвого акту вдячностi. Проаналiзовано словниковi дефiнiцiї мовленнєвого акту вдячностi. Виявленi його iлокутивнi цiлi та прагматичнi ситуацiї реалiзацiї. Обгрунтовано власне визначення мовленнєвого акту вдячностi.

Ключові слова: мовленнєвий акт, iлокутивна мета, бехабитив, експресив, конвiвiал, стилiстичнi засоби, вдячнiсть.

Kivenko I. O. Stylistic means of intensification of gratitude speech act (on the samples of English literary discourse). The given article presents an attempt to describe stylistic means used to intensify the illocutionary potential of gratitude speech act. It contains the analysis of dictionary definitions of the notion "gratitude". The detailed description of illocutionary aims of gratitude speech act allows to conclude that it can function as a behabitive, expressive or convivial depending on the speaker's desire either to follow the rules of social ritual communication or to reveal the psychological reaction to the hearer's behavior or actions.

Key words: speech act, illocutionary aim, behabitive, expressive, convivial, stylistic devices, gratitude.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. В статье предпринята попытка описать стилистические средства интенсификации речевого акта благодарности.

Благодарность является речевым актом (далее – РА), который играет важную роль в поддержании вежливых отношений между собеседниками и обеспечении гармоничного протекания коммуникации. РА благодарности служит средством демонстрации взаимного уважения и проявления внимания к окружающим, реализует фатическую прагматическую функцию. В данном случае на первое место выступает форма благодарности, тогда как содержание отодвигается на второй план, превращаясь лишь в предлог для коммуникации, и становится средством, а не целью общения. Формулы благодарности *Thank you* и *Thanks* десемантизируются. Иными словами, они не несут эмоционально-оценочной смысловой нагрузки.

Семантическая опустошенность речевых формул благодарности подсознательно толкает коммуникантов на поиски различных средств их интенсификации для усиления искренности выражаемой ими признательности, что определяет актуальность исследования.

Объектом статьи является речевой акт благодарности в англоязычном художественном дискурсе. **Предметом** исследования послужили стилистические средства интенсификации РА благодарности в англоязычном художественном дискурсе.

Цель работы состоит в описании стилистических приёмов усиления иллокутивного потенциала речевого акта благодарности.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие **задачи:**

- проанализировать словарные дефиниции понятия «благодарность»;
- описать иллокутивные цели речевого акта благодарности;
- описать прагматическую ситуацию реализации речевого акта благодарности;
- дать собственное определение РА благодарности;
- выявить стилистические языковые средства интенсификации речевого акта благодарности.

Материалом исследования послужили тексты 25 современных англоязычных художественных произведений общим объёмом 9 197 страниц, из которых было отобрано 1 400 речевых эпизодов (далее – РЭ) благодарности.

Анализ последних исследований и публикаций. Проанализированные ниже словарные определения *благодарности*, позволят в полной мере описать иллокутивные цели исследуемого РА. Сло-

© Кивенко И. А. Стилистические средства интенсификации речевого акта благодарности (на материале англоязычного художественного дискурса)

варные дефиниции понятия «благодарность» не отличаются разнообразием.

По В. И. Далю, «**благодарствовать**, или **благодарить** кого или за что – дарить словом или делом, или желать кому благ, добра; изъявлять благодарность, признательность; объявлять себя должником за услугу, признавать одолжение; поблагодарить кому, говорить спасибо. **Благодарность** – чувство признательности, желание воздать кому за одолжение, услугу, благодеяние; самое исполнение этого на деле» [5, 59].

Согласно Т. Ф. Ефремовой, «благодарность – 1) чувство признательности за сделанное добро, оказанное внимание, услугу и т. п.; выражение такого чувства; 2) официальная положительная оценка чьего-л. труда, чьей-л. деятельности как манера поощрения; 3) *устар.* вознаграждение, плата» [6, 103].

Англоязычные толковые словари предлагают следующие дефиниции понятия «благодарность»: «чувство признательности за оказанную доброту или услугу» [8, 417]; «чувство признательности, чувство, что ты хочешь поблагодарить кого-либо за то хорошее, что он тебе сделал, а также проявление этого чувства» [7, 708] (перевод наш – К. И.).

Анализ словарных дефиниций позволяет заключить, что понятие «благодарность» подразумевает чувство признательности адресанта к адресату. В словарных толкованиях *благодарности* В. И. Даля закреплена сема «долга» адресанта перед адресатом, а также раскрывается первоначальное сущностное значение благодарности: «дарить словом или делом, или желать кому благ, добра», предощущение речевого акта: «исполнение этого на деле» [3, 429]. Следовательно, принимая оказанное ему добро, адресант испытывает чувство долга перед адресатом и стремится вернуть долг путём выражения благодарности.

По-видимому, для описания иллокутивных целей, реализуемых в РА благодарности, следует обратиться к статусу исследуемого РА в таксономиях зарубежных и российских лингвистов.

Бехабитивная сущность РА благодарности, о которой пишет Дж. Остин, предопределяет, что иллокутивной целью РА благодарности является выражение реакции адресанта на поведение или поступки адресата и тем самым раскрытие «личности человека и его отношения к другим индивидам» [1, 32]. В данном случае РА благодарности понимается как позитивная реакция на действия человека: адресант выражает **признательность** адресату за действия, которые адресант считает благостными для себя.

Иллокутивная цель благодарности как **экспрессива** (по Дж. Сёрлю) или **сатисфактива** (по Д. Вундерлиху) заключается в выражении **позитивного эмоционального** состояния адресанта, задаваемого условием искренности относительно оказанного ему добра, посредством положительной оценки действий адресата. Положительная оценочность, несомненно, оказывает благоприятное перлокутивное воздействие на адресата.

РА благодарности в качестве **конвивиала** (по Дж. Личу), **регламентива** (по А. А. Романову), **социа-**

тива и **контактива** (по Н. И. Формановской) проявляет фатическую природу, которая направлена на реализацию таких иллокутивных целей, как **установление контакта, поддержание гармоничной и бесконфликтной коммуникации**, а также **сохранение социального равновесия**. В данном случае РА благодарности выступает **речевым ритуалом** (Ю. Д. Апресян) или **формулой социального этикета** (Л. П. Чахоян).

Анализ словарных дефиниций и статус РА благодарности в таксономиях иллокутивных актов разных лингвистов позволяет заключить, что исследуемый РА реализует следующие иллокутивные цели в коммуникации:

- выразить чувство признательности за оказанное адресанту добро;
- выразить позитивное эмоциональное состояние адресанта;
- дать высокую положительную оценку действиям адресата;
- признать одолжение и объявить себя должником;
- воздать за одолжение/услугу как словесно, так и деятельностью.

Изложение основного материала исследования. Определение доминирующей иллокутивной цели благодарности зависит от экстралингвистического контекста. Но несомненным представляется мнение о том, что РА благодарности совершается с целью выразить позитивную реакцию на поведение или действия человека, что обнаруживает такую его инвариантную черту, как бехабитивность.

В качестве экспрессива РА благодарности функционирует в случае, если адресант испытывает сильные эмоции и чувство признательности по поводу совершённых для него действий. В таком случае на эмоциональной основе возникает положительная оценка действий адресата.

РА благодарности зачастую помогает установить гармоничные отношения между коммуникантами и создать благоприятную атмосферу общения, не нарушая постулаты категории вежливости и речевого этикета. Тогда РА благодарности функционирует как конвивиал, возникающий на базе рациональной оценки оказанных адресатом услуг.

Таким образом, мы можем определить РА благодарности как **синкретический акт**, объединяющий свойства бехабитивов, экспрессивов и конвивиалов. Иллокутивная направленность каждого конкретного РА благодарности варьирует от желания говорящего соблюсти социальный ритуал до желания выразить своё искреннее положительно-эмоциональное отношение к поведению или действиям коммуниканта. Фатический или эмфатический характер выражения благодарности определяется ситуацией общения, отношениями между коммуникантами и их интенциями.

Адресант благодарности-экспрессива высоко оценивает действия адресата, т. к. они являются значимыми для него, и выражает истинное чувство признательности адресату за оказанное им добро. Однако речевые формулы благодарности могут выражаться машинально, т. к. адресант не испыты-

ває сильного істинного почуття признателності, вєдь предшєвствующєє дейєвє-стимул не яєвляєтєя значимим для него.

Согласно наблюдениям М. Оуэна, коммуникаты, осознающие семантическую опустошенность наиболее часто употребляемых формул *Thank you* и *Thanks* и желая, чтобы благодарность звучала искренне (*heartfelt and not routine*), стараются усилить её различными способами [4, 119]. Поэтому, как отмечает Т. В. Ларина, характерной особенностью английской благодарности является экспрессивность и преувеличение [2, 342].

РА благодарности может быть интенсифицирован различными стилистическими приёмами.

Анализ фактического материала показывает, что среди лексико-синтаксических средств (тропов) интенсификации РА благодарности имеют место антономасия (12,5%), гипєрбола (31,3%) и преуменьшение (56,2%).

Антономасия служит для выражения иронической благодарности, когда, например, один из собеседников сообщает очевидную для благодарящего информацию, что можно наблюдать в следующем РЭ: Майклу сообщают, что Джули, девушка, в которую он давно влюблєн, встречается с другим, следовательно, она не любит Майкла. За сообщение яєвно известной информации Майкл выражает собеседнику благодарность и называет его Эйнштейном, подразумевая его незаурядные умственные способности:

"Thanks for the update, Einstein," Mike grumbled [7, 80].

Гипєрбола (преувеличение) является одной из особенностей, характерной для английской благодарности. По нашим наблюдениям, данный троп имеет место в тех случаях, когда какое-либо действие является настолько значимым для адресанта благодарности, что он проявляет чрезвычайно эмоциональную реакцию из-за переполняющих его чувств. В качестве примера приведём следующий РЭ: Бєкки получает желанную модную сумочку, за которой она охотилась долгое время. Рєплика Бєкки включает три коммуникативных хода, которые в комплексе выражают не только благодарность, но и преувеличенную значимость сумочки в жизни девушки, а также передают её эмоциональное состояние:

"Enjoying your new bag?"

"I absolutely love it!" I can't hide my enthusiasm.

"It's changed my whole life!

Thank you so much again for what you did".

"It was my pleasure" [5, 172].

Наряду с гипєрболой имеет место преуменьшение. Данный троп смещает акцент со значимости и важности действия, оказанного адресанту, на недостаточность слов благодарности, чтобы выразить истинное чувство признателности адресату, например:

'Thank you' doesn't even come close [3, 336].

Среди синтаксических стилистических средств наиболее частотными являются повтор (23,4%) и разрыв (18,2%), которые служат сигналами спонтанной речи.

Повтор и разрыв как стилистические приёмы передают эмоциональную, возбуждённую речь,

которая отличается фрагментарностью и повторением отдельных частей высказывания. В нашей выборке наблюдается использование разных видов повторов, иногда в сочетании с разрывом:

• *"I'm sorry," says Luke, looking at me in sudden realization. "I'm keeping you, Jess. We'll be OK from here. But thanks!"*

"Thanks!" echoes Gary. <...>

"Come on!" I say brightly. "There's champagne waiting."

"Thanks again, Jess" [5, 193] (ПРОСТОЙ ПОВТОР).

• *"I want to thank Cliff for coming in tonight," Marty said, usually solemn, brushing away the studio fly. "And I want to thank all his colleagues who are living in trees out at the airport. Because the battle they are fighting is for all of us" [6, 36] (АНАФОРИЧЕСКИЙ ПОВТОР).*

• *"Thank you," she'd said. "Oh Gus. Thank you" [9, 216] (РАМОЧНЫЙ ПОВТОР).*

• *"Oh, thank you, thank you, thank you," I said, scribbling the number down frantically and praying that the pilot would be helpful [10, 95] (ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫЙ ПОВТОР).*

• *"Thank you," says Tarquin. "I'm . . . very grateful, Becky." [3, 146] (СИНОНИМИЧЕСКИЙ ПОВТОР + РАЗРЫВ).*

Для синтаксической структуры повтора являются характерными *параллельные конструкции* (14,6%), которые делают речь более ритмичной и экспрессивной, а также интенсифицируют искренность благодарности:

"Thanks for helping me," <...> "Thanks for staying with me" [5, 343].

Синтаксическое стилистическое средство *градация* строится на постепенном нарастании признательности в РА благодарности. Градация имеет место в 14,6% всех РЭ. Как правило, преобладает эмотивная градация, которая усиливает эмоциональность и искренность выражаемой благодарности:

Annette said, "That's nice of you, darling; yes, thank you, thank you very much" [1, 37].

Синтаксические стилистические средства *присоединение* (2,2%) и *обособление* (10,2%) в РА благодарности употребляются для интенсификации повода для благодарности. Говорящий поблагодарил адресата, завершил фразу интонационно (точка), а потом пояснил, за что. В первом из нижеприведённых эпизодов имеет место *присоединение*, а во втором – *обособление*, оба делают благодарность аргументированной, акцентируя внимание на стимуле, послужившем поводом для благодарности (ужин и организация свадьбы):

• *"Thanks... thank you. And for dinner <...> It was delicious" [2, 312].*

• *"Thank you, Wilson. For every single bit of it" [7, 271].*

Синтаксический стилистический приём *инверсия* (2,9%), в рамках которого меняется порядок слов, также позволяет подчеркнуть повод для благодарности:

• *"I know you've got my back, Malcolm, and for that I'm grateful" [1, p. 368].*

Синтаксическое стилистическое средство *эллипсис* подразумевает пропуск в речи/тексте языковой единицы, которую легко восстановить по контексту. Эллипсис служит сигналом устной спонтанной речи, делает её динамичной, более выразительной и экспрессивной. Использование данного синтаксического стилистического средства создаёт эффект аутентичности изображённой коммуникации. В нашем материале эллипсис имеет место в 11,7% всех интенсифицированных РА благодарности.

Как показывают наши наблюдения, эллипсис употребляется в косвенных формах реализации РА благодарности, которые осуществляются в речи следующей синтаксической моделью: *Prn. + to be + intensifier + adj.* В подобных речевых формулах опускается подлежащее *it* и глагол-связка *to be*, но остаётся оценочное прилагательное, которое номинирует положительные личностные качества адресата: Бекки делает комплимент постороннему человеку по поводу пальто, которое он собирается купить. В свою очередь, он косвенно благодарит её, подчёркивая доброту девушки:

“And I love that coat, by the way!”

“Very kind of you”. He nods affably [5, 45].

Другая речевая формула косвенной благодарности, в которой имеет место эллипсис, – *How + adj.* В данной модели также опускаются подлежащее *it* и глагол-связка *to be*, но сохраняется оценочное прилагательное, которое передаёт иллокутивное значение речевого акта:

Gina turned round. He was standing in the doorway of the sitting-room, dressed

in cotton trousers and an open-necked blue shirt with the sleeves rolled up, holding a dish. “Brought you something”.

“Laurance! <...> How sweet of you” [9, 100].

Наименее частотным синтаксическим стилистическим средством, усиливающим РА благодарности, является эмфатическая конструкция со вспомогательным глаголом *do*, которая имеет место в 1,5% РА благодарности. Данная конструкция акцентирует внимание на истинном чувстве признательности, которое испытывает адресант, а также придаёт ему большую эмоциональность в сочетании с наречием-интенсификатором *really* (пример № 1) и оценочным прилагательным *big*, в свою очередь, усиленным наречием *very* (пример № 2):

• *“Thanks,” I say. “I really do appreciate it” [4, 375].*

• *“... I do owe you a very big thank you, Jim” [1, 275].*

Следует отметить, что синтаксические стилистические приёмы могут комбинироваться для создания эффекта аутентичности реальной спонтанной речи, тем самым передавая искреннее чувство признательности адресанта, наполненное эмоциями и выразительностью, как в приведенном РЭ: после развода Джина впала в депрессию, она не знала, как ей дальше жить, начала злоупотреблять алкоголем. Но верные друзья поддержали женщину в тяжёлый для неё момент, за что она благодарна им. Данное высказывание состоит из несколько коммуникативных ходов, объединённых иллокутивной силой бла-

годарности, и включает следующие языковые усилители благодарности: параллельная конструкция (*I’m ... I am*) в сочетании с инверсией (*Really I am*), а также присоединение союзом *or*:

“I’m very grateful. Really I am. I don’t know what I’d have done without you all. Or where I’d have gone” [9, 68].

В итоге, проанализировав словарные определения РА благодарности, а также его положение в классификациях иллокутивных актов разных учёных-лингвистов, мы установили его иллокутивные цели: выразить чувство признательности за оказанное адресанту добро; выразить позитивное эмоциональное состояние адресанта; дать высокую положительную оценку действиям адресата; признать одолжение и объявить себя должником; воздать за одолжение/услугу как словесно, так и деятельностно.

Иллокутивная направленность каждого конкретного РА благодарности зависит от желания коммуниканта либо следовать правилам социального ритуала, либо выразить своё психологическое отношение к поведению или действиям адресата, что делает его синкретическим актом.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Наблюдения над выборкой позволяют заключить, что цель говорящего предопределяет и коммуникативную функцию РА благодарности. В случаях искреннего выражения благодарности исследуемый РА функционирует как экспрессив, тогда как в ритуализированных ситуациях общения он выступает в качестве конвивиала. Именно в данной функции речевые формулы благодарности десемантизируются и не несут никакой эмоциональной нагрузки. Тогда говорящий подсознательно прибегает к средствам интенсификации, чтобы придать выражаемой благодарности экспрессивности и выразительности.

Для достижения данной цели применяются разные лексические и синтаксические стилистические средства. Среди лексических средств интенсификации РА благодарности имеют место антономасия (12,5%), гипербола (31,3%) и преуменьшение (56,2%). Наиболее часто употребляемый троп – преуменьшение – реализует искреннюю благодарность, смещая акцент со стимула благодарности на недостаточность слов для полной передачи испытываемых адресантом чувств.

Среди синтаксических стилистических средств имеют место разные виды повторов (23,4%) и параллельные конструкции (14,6%), которые делают речь экспрессивной и ритмичной, разрыв (18,2%), который передаёт эмоциональное состояние благодарящего, эмотивная градация (14,6%), эллипсис (11,7%), обособление (10,2%), присоединение (2,2%), инверсия (2,9%), эмфатическое *do* (1,5%).

Лексические и синтаксические стилистические средства служат для интенсификации иллокутивной силы высказываний благодарности, номинируют стимул благодарности и создают эффект аутентичности и спонтанности речи в изображённой коммуникации.

Перспективой исследования является определение и описание интонационной организации высказываний благодарности в кинодискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Имас А. В. Выражение благодарности в немецком языке (на материале литературных и лексикографических источников с XVII по XX вв.) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / А. В. Имас. – Тверь, 2001. – С. 90–102.
2. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций / Т. В. Ларина. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 507 с.
3. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика / Н.И. Формановская. – М. : ИКАР, 2007. – 478 с.
4. Owen M. Apologies and Remedial Interchanges: A Study of Language Use in Social Interaction / M. Owen. – Berlin : Mouton, 1983. – 192 p.
5. Даль В. И. Толковый словарь русского языка. Современная версия / В.И. Даль. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. – 736 с.
6. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т.Ф. Ефремова. – М. : Русский язык, 2000. – Том 1 : А–О. – 2000. – 1209 с.
7. Longman Dictionary of Contemporary English. The Living Dictionary. – UK : Pearson Longman, 2003. – 1949 p.
8. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. – USA : Lexicon Publications, Inc., 1993. – 1149 p.

ИЛЛЮСТРАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Bradford B.T. Playing the Game / B.T. Bradford. – GB : Harper, 2011. – 472 p.
2. Kinsella S. Confessions of a Shopaholic / S. Kinsella. – London : Black Swan, 2000. – 320 p.
3. Kinsella S. Shopaholic Abroad / S. Kinsella. – London : Black Swan, 2001. – 351 p.
4. Kinsella S. Shopaholic and Baby / S. Kinsella. – London : Black Swan, 2008. – 447 p.
5. Kinsella S. Shopaholic and Sister / S. Kinsella. – London : Black Swan, 2004. – 382 p.
6. Parsons T. Man and Boy / T. Parsons. – London : Harper Collins Publishers, 1999. – 343 p.
7. Sparks N. The Guardian / N. Sparks. – NY, Boston : Grand Central Publishing, 2004. – 494 p.
8. Sparks N. The Wedding / N. Sparks. – NY : Vision, Hachette Book Group, Inc., 2004. – 276 p.
9. Trollope J. The Best of Friends / J. Trollope. – NY : Berkley Books, 2002. – 299 p.
10. Weisberger L. The Devil Wears Prada / L. Weisberger. – London : Harper, 2003. – 391 p.