

*ИЛЛОКУТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ
(НА ПРИМЕРЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)*

П.В. СЕРЕДА

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2;
электронная почта: polinapost@list.ru*

В работе представлен теоретический анализ речевых актов, их иллокутивности и иллокутивной силы. Приведены некоторые из характеристик речевого акта, которые выделяются различными лингвистическими концепциями в качестве основных. Автором описана разработка теории речевых актов и речевого воздействия иностранными и российскими учеными. Описаны понятия иллокутивного акта; фонетического акта, как акта произнесения звуков; фатического акта, т.е. произнесение слов или предложений, соответствующих определенному словарю, фонологическим и синтаксическим правилами данного языка и ретического акта, т.е. акта использования определенных слов с некоторыми более или менее определенными смыслом и референцией. Описана важность фактора адресата, как решающего критерия при построении иллокутивных актов. Приведены факторы успешности речевого воздействия, включающие в себя жизненный и социальный опыт, интеллектуальное и культурное развитие, уровень владения фоновыми знаниями, психо-эмоциональное состояние коммуникантов, а также обстоятельства общения. Перечисленные факторы помогают адресанту выбирать определенные речевые стратегии и механизмы.

Ключевые слова: иллокутивность, иллокутивная сила, речевой акт, речевое воздействие.

Главной задачей языковой игры, безусловно, можно назвать доставление радости и рождение смеха. Она также может стать и оружием нападения, и средством налаживания контакта и передачи информации, а также своеобразным щитом, за которым можно скрыть мнение. Успешность влияния юмора на аудиторию основывается на нескольких факторах: 1) юмор в публичном выступлении создает положительный образ говорящего; 2) юмор выражает направленность на установление контакта оратора в процессе речи; 3) юмор в публичном выступлении – это знак доверия говорящего к слушателям; 4) юмор способствует упрощению восприятия материала; 5) юмор придает положительные эмоции выступлению [5].

Для того чтобы описать иллокутивный потенциал языковой игры, необходимо сначала дать определение иллокутивному акту, а также описать функции самой языковой игры. Устоявшееся отношение к процессу

коммуникации впервые было пересмотрено британским философом Дж. Остином, который ввел понятие перформативных высказываний («to perform» (англ.) – делать, выполнять, осуществлять). Они представляют собой предложения, которые не просто сообщают какую-то информацию. Эти сообщения совершают некое действие, обусловленное намерениями адресанта. Под иллокутивным актом понимается осуществление какого-либо действия в речи. Перлокутивный акт – это произнесение слов, оказывающих определенное воздействие на чувства, мысли и/или действия аудитории [7].

Позже над данной теорией работал философ Питер Фредерик Стросон, который подробно исследовал сущность конвенциональности иллокутивных актов. Он отмечает, что существует множество случаев, когда иллокутивный акт не подчиняется какой-либо конвенции. Это опровергало теорию Остина. В его работе также доказывается положение о том, что при произнесении какого-либо высказывания говорящий нередко пытается вызвать не только первичную реакцию, но и намеревается оказать последующее воздействие на адресанта [10].

Американские философы Дж. Серль и Зено Вендлер также разрабатывали теорию иллокутивных актов. Согласно Серлю, иллокутивный акт – это производство конкретного высказывания в определенных условиях. Исследователь разработал формулу анализа других видов иллокутивных актов, а также привел их классификацию. Вендлер модифицировал таксономию речевых актов и их трактовку. Он утверждал что, иллокутивная цель речевого акта – это ментальный акт, или ментальное состояние, в которое говорящий намерен привести адресата [10]. В дальнейшем многие ученые работали в области классификации речевых актов, и работа в данном направлении продолжается до сих пор.

Таким образом, любое коммуникативное действие характеризуется стремлением его участников к самопрезентации и социально-культурной обусловленностью выбора способов общения. Иллокутивный потенциал языковой игры ни в коем случае не рассматривается как вид психологического

воздействия, которое ведет к возбуждению у другого коммуниканта намерений, не совпадающих с его истинными намерениями. Изменение отношения адресата к какому-либо явлению может произойти скорее в результате выводов, которые сделал адресат в результате воспринятой комической информации. Шутка скорее изменит тональность коммуникации, а не ее суть. Хотя стоит согласиться, что в области массовой коммуникации изменение мнения получателя информации может входить в намерения адресанта.

Различные виды дискурса можно разделить на несколько групп, с точки зрения форм воздействия: направленные на внушение (политический дискурс), направленные на убеждение (судебный дискурс, PR-дискурс), направленные на доказательство (педагогический и научный дискурсы) [2]. Юмористический дискурс может быть представлен в различных формах иллюкативной силы: начиная от простой шутки для разрядки обстановки и заканчивая двусмысленным высказыванием для провокации собеседника к какому-либо действию.

Исследователями выделяются многочисленные характеристики участника коммуникации для достижения наибольшей эффективности его речевого сообщения. Среди них: социальная роль коммуникатора, его групповая принадлежность, внешний вид, профессиональные качества, голос, манера речи и др. Во многих работах выделяются такие характеристики, как способность вызывать доверие со стороны слушателей (Kelman 1961; Berlo, Lemert 1996 и др.).

Фактор адресата не менее важен в процессе коммуникации, именно он выступает решающим критерием при создании иллюкативных актов. «Фактор адресата, точка зрения которого естественно принимается за отправную при интерпретации высказываний, представляется существенным для теории речевых актов» [3, с. 358]. Если адресант проявляет внешнюю активность, то адресат активен внутренне – он воспринимает и интерпретирует речевое сообщение [1].

О функциях языковой игры многое было написано лингвистами и учеными, что позволяет утверждать, что «языковая игра – это и замечательный учитель словесности, и забавный собеседник, и великий утешитель-психотерапевт» [6, с. 27]. Среди основных функций выделяются дискредитирующая, представляющая собой разрушающую силу смеха (хотя некоторые исследователи склонны употреблять термин «снижающая», поскольку понятие шутки включает также случаи дружеского подтрунивания, подшучивания); языкотворческая, представляющая собой один из путей развития языка и мышления; функция самоутверждения – осмеивание окружающего, как оправданная необходимость в особых условиях общественной жизни; маскировочная, имеющая прагматическую основу отношений между адресантом и адресатом (языковая шутка, как способ обойти «цензуру культуры») и др. [6].

Особое внимание уделяется маскировочной функции языковой игры, так как она позволяет выразить те смыслы, которые, по каким-либо причинам, находятся под запретом. Выделяется пять разновидностей таких смыслов:

1) Удовлетворение подавляемой и запрещаемой цензурой агрессивности. «Острота позволяет упразднить отречение, вернуть потерянное. Теперь, когда остроумие пришло нам на помощь, мы вновь можем смеяться над неприличным» [6, с. 27]. В данном случае двусмысленность подразумевает не просто сочетание любых двух смыслов, а сочетание смыслов, один из которых неприличный:

– *A любит B, B любит B, Что делать A? – Найти другую B!*

On the mantelpiece in my parlour I've got a whole row of silver cups. They're for my pussy. Do you know, it wins a prize every time I show it? (Mrs. Sclocomb).

2) Маскировка дидактического надзирательного тона в афористике за языковой игрой. По этому поводу шутливо высказывается Ф. Кривин «...о серьезном говорить всерьез – все равно, что заедать кирпич черепицей... Тут уж приходится выбирать: либо о серьезном несерьезно, либо о несерьезном

серьезно» [4, с. 248]. Здесь «общезначимые выражения» - сентенции подаются в «каламбурной упаковке»:

Кощеи бессмертны, пока Иванушки – дурачки (Г. Малкин).

Чем чаще душа уходит в пятки, тем больше ее топчут (Б. Крутиер).

Чтобы показать себя с лучшей стороны, приходится вертеться
(Б. Крутиер).

*Art has to **move** you and design has not, unless it's a good design for a bus*
(David Hockney)

3) Высказывание того, что «накипело» и требует выхода:

– *Может ли осел **кормиться** на асфальте? – Да, если он имеет
полосатый жезл.*

*Q: What do you call a basement full of Liberals? A: A **whine** cellar.*

4) Высказывание странных или даже абсурдных мыслей:

Ради забавы соседскую Галку

Мы поместили в бетономешалку

И покрутили на скорости бешеной

*Ходит теперь совершенно **помешанной**.*

*It's all fun and games until somebody **loses an eye**. Then it's just a game: Find
The Eye* (Frank Knox)

5) Маскировка и сглаживание невежливости, которое чаще всего осуществляется с помощью иронии:

– *Гляди, какая цаца! – Я не цаца, я **фифа**! – О, вы еще и футболом
увлекаетесь?*

*I was working in the Burger King when Andrew Lloyd Webber walked in. He
said, "Give me two **whoppers**." I said, "You're good looking and your musicals are
great." (Tim Wine) [6].*

Итак, иллокутивный потенциал, языковой игры может быть представлен сочетанием нескольких представленных ранее функций: дискредитирующей, маскирующей, функцией самоутверждения или позиционирования. Все эти действия направлены на то, чтобы изменить отношение адресанта к чему-либо.

Здесь могут быть заложены вполне прозрачные намерения, когда адресат пытается разрядить обстановку, сократить дистанцию, создать определенное впечатление или уйти от серьезного разговора. Иногда же встречаются и более глубокие интенции как, например, желание участников коммуникации продемонстрировать превосходство над ситуацией, исказить образ объекта в процессе обозначения действительности, уклониться от полноты представления информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агапова С.Г. Прагматические особенности английской диалогической речи. Ростов н/Д: АПСН, 2002. - 235 с.
2. Анисимова Т.В., Крапчетова Н.А. Манипуляция как характеристика институционального дискурса: монография. Волгоград: Волгоград. науч. изд-во, 2011. - 204 с.
3. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер.: Литература и язык. М., 1981. Т. 40, № 4. - С. 356–367
4. Новиков Вл.И. Книга о пародии. М.: Советский писатель, 1989. - 554 с.
5. Стернин И.А. Юмор и эффективность публичного речевого воздействия // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении. Волгоград: Перемена, 2003. - С. 210–219.
6. Санников В.З. Язык в зеркале языковой игры. М.: Языки русской культуры, 1999. - 544 с.
7. Austin J.L. How to Do Things with Words. Oxford: Oxford University Press, 1973. - 168 p.
8. Berlo D., Lemert Y., Mertz R. Dimension for evaluation the acceptability of message sources: East Lansing. Michigan: Michigan State University, 1966. -P. 563-576.
9. Kelman H. Process of opinion change // Public opinion quarterly. 1961. № 25. P. 57–78.
10. Language and Social Context / ed. P. Giglioli. Harmondsworth: Penguin Books, 1972. 399 p.
11. Searle J. Speech Acts. Cambridge: Cambridge University Press, 1969. 120 p.

REFERENCES

1. Agapova S.G. Pragmaticheskie osobennosti angliyskoy dialogicheskoy rechi. Rostov n/D: APSN, 2002. - 235 s.
2. Anisimova T.V., Krapchetova N.A. Manipulyatsiya kak kharakteristika institutsionalnogo diskursa: monografiya. Volgograd: Volgograd. nauch. izd-vo, 2011.- 204 s.
3. Arutyunova N.D. Faktor adresata // Izv. AN SSSR. Ser.: Literatura i yazyk. M., 1981. T. 40, № 4. - S. 356–367
4. Novikov V.I. Kniga o parodii. M.: Sovetskiy pisatel, 1989. - 554 s.
5. Sternin I.A. Yumor i effektivnost publichnogo rechevogo vozdeystviya // Aksiologicheskaya lingvistika: igrovoe i komicheskoe v obshchenii. Volgograd: Peremena, 2003. - S. 210–219.
6. Sannikov V.Z. Yazyk v zerkale yazykovoy igry. M.: Yazyki russkoy kultury, 1999. - 544 s.
7. Austin J.L. How to Do Things with Words. Oxford: Oxford University Press, 1973. - 168 p.
8. Berlo D., Lemert Y., Mertz R. Dimension for evaluation the acceptability of message sources: East Lansing. Michigan: Michigan State University, 1966. -P. 563-576.
9. Kelman H. Process of opinion change // Public opinion quarterly. 1961. № 25. P. 57–78.
10. Language and Social Context / ed. P. Giglioli. Harmondsworth: Penguin Books, 1972. 399 p.
11. Searle J. Speech Acts. Cambridge: Cambridge University Press, 1969. 120 p.

*ILLOCUTIVE POTENTIAL OF WORDPLAY
(IN ENGLISH AND RUSSIAN TEXTS)*

P.V. SEREDA

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072,
e-mail: polinapost@list.ru*

The paper presents a theoretical analysis of the speech acts, illocution and their illocutionary force. We gave some of the characteristics of the speech act, which are allocated by various

linguistic concepts as basic ones. The author describes the development of the speech acts theory and speech influence by foreign and Russian scientists. We describe the concepts locution act; phonetic act as an act of pronouncing sounds; phatic act, ie uttering words or sentences corresponding to a certain vocabulary, phonological and syntactic rules of the language and retoric act, ie the act of using certain words with some more or less certain meaning and reference. We described the importance of the addressee factor as a decisive criterion in the construction of illocutionary acts. We enumerated the factors of successful speech, which include life and social experience, intellectual and cultural development, the level of background knowledge, psycho-emotional state of communicants, and the circumstances of communication. These factors help to select specific addresser speech strategies and mechanisms.

Key words: illocutionary, illocutionary force, speech act, speech influence.