

УДК 811.161.2:81'42
DOI <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2022-88-9>

ПРАГМАТИЧНА КОНКРЕТИЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОГО АКТУ

Миколенко Т. М.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української мови та методики її навчання
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
вул. Максима Кривоноса, 2, Тернопіль, Україна
orcid.org/0000-0002-7437-3892
parasin@ukr.net*

Ключові слова:

*лінгвопрагматика,
комунікативний акт,
прикметник, синонім, малий.*

Антропологічне скерування лінгвістики сфокусувало наукові дослідження в центрах, дотичних до людини та її потреб. Світ мови став частиною світу людини, отже, у лінгвістиці з'явилося багато нових проблем і, відповідно, нових наук. Серед них – лінгвопрагматика, що аналізує процес комунікації в координатах «локуція – іллокуція – перлокуція» (Дж. Остін). Особливої ваги з огляду на високий рівень впливу на соціум набирають різні методики вивчення бізнес-спілкування. Прагматика мовленнєвої діяльності реклами, менеджер-спілкування тощо демонструє експансію на рівні побуту та, що важливо, свідомості індивіда за допомогою часто непримітних тактик комунікації.

У статті зроблено спробу розкрити методи мовного впливу адресанта на адресата в галузі житлової комерції. Нашу увагу привернуло використання ріелторами та розробниками ріелторської реклами прикметників на позначення малого приміщення: «дуже маленька», «компактна», «крихітна», «мала», «маленька», «маленьких розмірів», «малесенька», «малогабаритна», «малюсінька», «невелика», «невеличка», «смарт», що їх у сучасних словниках зафіксовано як синоніми. Нас зацікавив факт їхньої семантичної одноплановості у сприйнятті сучасних мовців. Для підтвердження / заперечення гіпотези про абсолютну синонімію частини зазначених лексем і синонімії відношення між усіма компонентами згаданої низки було проведено експеримент серед студентського середовища, у результаті якого виявлено семантичні нюанси лексем на позначення приміщення малого розміру. Слова, які в сучасних словниках потрактовано як синоніми, насправді виявляють у сприйнятті деякі особливості: 1) не всі лексеми респонденти сприймають як абсолютні синоніми; 2) виявлено чітку тенденцію до усвідомлення градуальності зазначених ад'єктивів; 3) респонденти змогли визначити та сформулювати семантичну різницю між аналізованими лексемами.

Результати аналізу підтверджено студіюванням мікроконтекстів, вибраних із мережевого спілкування. Окрім різниці у значенні обраних лексем, семантика перцептивного образу в адресата залежить і від інших чинників, зокрема й від конотативного ореолу, створеного ситуацією чи текстом. Усвідомлення цих нюансів дає можливість впливати на сприйняття адресата, відповідно трансформувати реальність у напрямі, потрібному адресантові.

PRAGMATIC SPECIFICATION OF THE COMMUNICATIVE ACT

Mykolenko T. M.

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of the Ukrainian Language
and Methods of Its Teaching*

Maxyma Kryvonosa str., 2, Ternopil, Ukraine

orcid.org/0000-0002-7437-3892

parasin@ukr.net

Key words: *linguopragmatics, communicative act, adjective, synonym, small.*

The research in the anthropological linguistics paradigm focuses on centers connected with humans and their needs. The language world is a part of the human world, and this fact has given a start to numerous new problems and corresponding linguistic branches. Linguopragmatics is one of them. It analyzes the communication process in “locution – illocution – perlocution” coordinates (J. Austin). Given the high influence on society, business communication has become a study object which demands various research methods application. The pragmatics of the speech in advertising, manager-communication, etc., expands on the everyday life level as well as into the individual consciousness via the usage of communication tactics, often inconspicuous.

The article attempts to reveal the methods of addresser’s linguistic influence on the addressee in the housing commerce field. Our attention was drawn to realtors and real estate advertising developers using the adjectives to denote a small space – “duzhe malenka”, “kompaktna”, “krykhitna”, “malenka”, “malenkykh rozmiriv”, “mala”, “malohabarytna”, “malyusinka”, “nevelyka”, “nevelychka”, “smart” – recorded as synonyms in the modern dictionaries. We were interested in their semantic one-dimensionality in the nowadays speakers’ perception. In order to confirm or deny the hypothesis about the absolute synonymity shown by some of the mentioned tokens and synonymous relations between all components of the named bunch, we conducted an experiment in the student environment to reveal any semantic nuances in the tokens designating a small room. Words that are treated as synonyms in modern dictionaries actually reveal certain peculiarities when perceived: 1) not all lexemes are perceived as absolute synonyms by respondents; 2) the analysis showed a clear tendency towards gradation of certain adjectives; 3) the respondents were able to identify and formulate the semantic difference between the analyzed lexemes.

The analysis results were confirmed by studying micro-contexts selected from internet communication. In addition to the meaning difference between the selected lexemes, the semantics of the recipient’s perceptual image depends on other factors, particularly, on the connotative effect created by the situation or text. Being aware of such nuances makes it possible to influence an addressee’s perception, transforming the reality accordingly to an addresser’s desire.

Постановка проблеми. Спілкування є важливою частиною життя кожного. У процесі комунікації відбувається обмін інформацією, яка вже містить оцінку мовця, його погляди на той чи інший предмет, явище і яка має вплинути на адресата для досягнення визначеної цілі. З розвитком технологій, появою нових гаджетів, поширенням інтернету в найвіддаленіші куточки країн збільшилася присутність користувачів мережевого контенту – і, як наслідок, відбулися зміна свідомості та потреб індивіда, перехід його із традиційної площини

буття у площину інтернету. Новітні перетворення зумовили трансформації у способах подання, передачі й отримання інформації, де основною формою стає текст. Конкретизація семантики мовних актів мережевого дискурсу є одним із важливих аспектів розкодування прагматичних інтенцій комунікації, зокрема й бізнес-спілкування.

Лінгвопрагматика як наука еволюціонувала в середині минулого століття. Теоретичні засади її сформували праці Дж. Остіна, Дж. Серля, Д. Вандервекена, Дж. Вершуерена, Д. Вундерліха,

Т. ван Дейка, Г. Грайса, Дж. Ліча й інших. У цій царині активно працюють і українські лінгвісти (Ф. Бацевич, А. Белова, Л. Безугла, М. Вінтонів, А. Загнітко, В. Карабан, К. Кусько, Л. Мінкін, А. Паславська, Г. Почепцов, О. Почепцов, І. Шевченко, Т. Яхонтова й інші).

Особливістю лінгвопрагматики як науки є вивчення спілкування, яке здійснюється комунікантами в певних соціальних і міжособистісних умовах, з певними мотиваціями та цілями, з використанням спеціальних мовних засобів [1, с. 78]. І. Сусов акцентував на тому, що лінгвопрагматика не просто актуалізує людський чинник у мові як надсистемі, а й центрує людину в координатах мовної діяльності. У лінгвопрагматиці, як зазначає автор, увагу зосереджено на живій мові в дії, у всьому розмаїтті її функцій і варіантів. «Абстрактний та ідеальний мовець поступається місцем конкретному, реальному мовцю, який реалізує спілкування щоразу в новому комунікативно-прагматичному просторі; прагматика будується не просто на засадах антропоцентризму, а на принципі егоцентризму» [2, с. 37]. З появою лінгвопрагматики традиційні питання лінгвістики «Що ми говоримо?», «Як ми говоримо?» були витіснені іншим: «Як сказати так, щоб отримати бажану відповідь?». Нам потрібно, за словами Т. ван Дейка, щоб наше мовлення виконувало особливу функцію, а саме: ми бажаємо, щоб у результаті розуміння нашого повідомлення слухач схилився або до змін своїх уявлень про світ, або до здійснення в цьому світі потрібних нам змін, або до очікування якихось подій чи дій у майбутньому [3].

Основною одиницею мовленнєвого спілкування визнають мовленнєвий акт, що має три взаємопов'язані аспекти, як-от:

- 1) локуція – творить і формує висловлювання;
- 2) іллокуція – відображає інтенцію (комунікативну мету мовця);
- 3) перлокуція – створює ефект цілеспрямованого впливу на адресата, формує наслідки та результати [4, с. 171].

Мета дослідження полягає у визначенні засобів реалізації стратегій і тактик мовленнєвого впливу в бізнес-діяльності ріелторів. **Метою роботи зумовлено конкретні завдання:**

- у формі експерименту проаналізувати наявність значеннєвих відмінностей у лексемах-синонімах на позначення приміщення малого розміру;
- визначити семантичні нюанси аналізованих лексем у мережевому спілкуванні;
- виявити тактики формування ефекту перлокуції за допомогою вживання окремих лексем у ріелторській діяльності.

Об'єктом нашого наукового інтересу є прагматична конкретизація процесу комунікативного акту на матеріалі ріелторської діяльності.

Предметом дослідження є виявлення засобів створення перлокутивного ефекту за допомогою використання обраних прикметників, що описують приміщення малого розміру. Матеріалом для дослідження слугують мікроконтексти з лексемами та сполуками слів *дуже маленька, компактна, крихітна, мала, маленька, маленьких розмірів, малесенька, малогабаритна, малюсінька, невелика, невеличка, смарт*, вибраними з мережевого контексту. У роботі використано метод експерименту (у межах якого послуговуємося анкетуванням і кількісно-статистичним методом), описовий, порівняльний методи та метод аналізу в дослідженні семантичного компонента лексем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційно для опису приміщення малого розміру використовують лексеми та сполуки слів *дуже маленька, компактна, крихітна, мала, маленька, маленьких розмірів, малесенька, малогабаритна, малюсінька, невелика, невеличка, смарт*, які потрактовано у словниках української мови як синоніми, проте у прагматичних інтенціях мовця й у процесі сприйняття реципієнта ці лексеми виявляють різну міру квантитативного компонента та певні конотативні смисли. Формою вирішення поставлених у статті завдань було обрано експеримент із пізнішим підтвердженням його результатів у мікроконтекстах, вибраних із мережевого контенту. В експерименті було задіяно 40 студентів філологічного факультету ТНПУ ім. В. Гнатюка. Запропонована здобувачам анкета містила три завдання. У першому – респондентів просили розташувати слова *дуже маленька, компактна, крихітна, мала, маленька, маленьких розмірів, малесенька, малогабаритна, малюсінька, невелика, невеличка, смарт* (без контексту) за розміром (від найменшого до найбільшого). За умовами другого завдання треба було вибрати слова серед зазначених вище, які б могли бути використані у спілкуванні як абсолютні синоніми в описі «імовірної кімнати такого формату», та спробувати визначити семантичну різницю між іншими компонентами. Третє завдання було спрямовано на виявлення тих слів, які кожен окремий індивід ужив би для опису своєї «імовірної кімнати такого формату». Результати аналізу показали чітку тенденцію до усвідомлення градуальності ад'єктивів, теоретично зафіксованих як синоніми. Більшість респондентів (80 %) склали такий рядок з визначених лексем (від найменшого до найбільшого): *малесенька, малюсінька, крихітна / мала, маленька, маленьких розмірів, малогабаритна / невеличка, невелика / компактна, смарт*. Скісними рисками розмежовано лексеми, які сприймаються як абсолютні синоніми. Виділено 4 групи синонімів. До першої групи віднесено лексеми *крихітна, малесенька, малюсінька*. У сприйнятті респондентів актуалізовано такі семи цих слів, як «занадто

мала», «непридатна для звичайного проживання». Другу групу утворюють лексеми *мала, маленька, маленьких розмірів, малогабаритна*, потлумачені респондентами як «така, яка не вміщує всього необхідного», «така, яка не задовільняє функціональних вимог мешканця». До третьої групи належать слова *невеличка, невелика*, пояснені як «придатна для проживання, яка задовільняє частину функціональних вимог мешканця». Четверту групу формують лексеми *компактна, смарт*, описані як «невеликого розміру, але містить усе необхідне, дозволяє вмістити навіть бажане; яка дає змогу почувати себе комфортно в житловому просторі; яка відповідає всім функціональним вимогам».

Реалії комунікативних актів підтверджують семантичну нюансовість зазначених лексем і виявляють деякі конотативні аспекти, що впливають на семантичну диференціацію лексем. У моделюванні ситуації комунікативного акту з імовірним адресатом простежуємо формування значеннєвої конкретизації обраних лексем у процесі їх сприймання. Прототиповою лексемою в названій низці є слово *мала*, яке вживається в максимально нейтральних контекстах характеристики приміщення. Наприклад: «*Велика кімната – 18 метрів квадратних, мала – 12 метрів квадратних*». Неочікувано виявилось порівняно мало такого типу використань, хоч варто зауважити, що номінація *мала кімната* є традиційною для української національної свідомості. У типовій українській хаті I половини ХХ ст. було дві кімнати, з яких одну іменували *велика хата*, а другу – *мала хата, хатинка, ванькир* тощо. Вірогідно, ми спостерігаємо зміну координат етнічної побутової свідомості, зумовлену реаліями сьогодення. Натомість ознаку *малий* у мікроконтекстах сучасного мережевого мовлення експліковано у функціонально об'єктивованих номінативах *спальня, дитяча, майстерня* тощо.

Основний пласт аналізованого матеріалу займають мікроконтексти з лексемою *маленький*. Пестливо-зменшувальний суфікс *-еньк* гіпотетично проектує позитивну конотацію, проте, як засвідчують матеріали, здебільшого схвальний відтінок лексеми насправді часто приховує чинники, які не сприяють комфортному побутуванню. Вислів *Моя кімната досить маленька*, але *дуже гарна, світла й затишна* [5] спричиняє створення образу малого простору (*кімната досить маленька*), який за допомогою протиставного сполучника *але* (*маленька*, але всупереч цьому / незважаючи на це) і підсилення трьох слів із плюсовою семантикою (*гарна, світла й затишна*) набуває позитивної конотації.

Мовні маніпуляції переводять функціональну проблематику малого простору в семантичне поле *невеликий*, що значно зм'якшує сприйняття

ознак помешкання. Прикладом корекції моменту перлокуції мовленнєвого акту слугує текст: «*Здавалося б, маленька кімната для дитини, маленької людини, не повинна стати проблемою, адже начебто все пропорційно. Як би не так! Якщо для дорослої людини її кімната – це місце відпочинку і сну, то кімната дитини – це не тільки її спальня, але й місце для навчання, ігор, творчості та зберігання речей. Один невеликий простір зможе виконувати стільки функцій тільки за дуже грамотного підходу до планування, вибору меблів і організації освітлення*» [2]. Виникнення в уяві реципієнта перцептивного образу малої дитини уможливорює сприйняття малої кімнати як задовільної для побутування хоч би на деякий час (*маленька кімната для маленької людини*). До того ж підкреслено можливе поступове переростання малого простору в невеликий через акцентування багатофункціонального навантаження (*не тільки <...> спальня, але і місце для навчання, ігор, творчості та зберігання речей*). Ситуацію обнадіює і вказівка на можливі трансформації за допомогою привабливих дизайнерських рішень (*за дуже грамотного підходу до планування, вибору меблів і організації освітлення*).

Звертаємо увагу ще на один аспект. Важливим чинником у бізнес-спілкуванні є створення позитивного емоційного ореолу. В аналізованому тексті емоційну напругу знижено мовним запереченням. Визнання того факту, що мале приміщення створює деякі проблеми, автор нівелював вдалим і доречним у цій ситуації вигуком-реченням (*Як би не так!*).

Сполука *дуже маленький* навіть у сучасних не-рекламних описах часто вміщує приховану семантику *незадовільний, недостатній*: «*Усе своє дитинство я жив у дуже маленькій кімнаті у квартирі моїх батьків в Італії, – поділився юнак. – Кожного дня я був змушений учитися організувати свій простір, пристосовуючи всі мої речі всередині кількох метрів, адаптувати мій простір для прийому друзів, для гри або для навчання*» [7].

Не задовільняє ріелторських інтенцій прикметник *крихітний*, проте часто його використовують як компонент стратегії «максимальної правди». Крихітний – екстремально маленький, такий, що об'єктивно не може вмістити всього необхідного для сучасного мешканця міста. «*Камера схову, тюремна камера та кімната Гаррі Поттера під сходами – із чим тільки не порівнюють користувачі Мережі екстремально маленьку квартиру в 7 метрів квадратних, яка з'явилася на ринку у Варшаві*» [8].

Водночас у нинішніх умовах сподіватися на порівняно велике житлове приміщення, особливо молоді, проблемно. Отже, розуміння ситуації та визнання життєвих реалій змушують студентів

погодитися з думкою, що деякий час вони будуть мешкати в малому локусі. У третьому завданні нашої анкети ми пропонували студентам вибрати ті слова, які, на їхній погляд, адекватно описали б таке приміщення. Лідерами виявились слова *компактний* і *смайт*, оскільки, за поясненням учасників експерименту, вони позначають помешкання *недорогі, багатофункціональні, задовільні для щоденного побуту, такі, що вміщують не тільки необхідне, а й часто непотрібне, але бажане*. Порівняно нові в мовному побуті лексеми активно обігрують представники менеджменту: «*Якщо грамотно обладнати компактну кімнату в сучасній квартирі, у результаті вийде комфортне, зручне, практичне, функціональне і навіть просторе приміщення. В оформленні малогабаритних локацій необхідно правильно використовувати кожен метр простору*» [9].

Висновки і перспективи подальших розробок. Мовленнєвий акт є дієвим засобом утілення інтенцій адресанта-бізнесмена. У процесі мовленнєвої діяльності ріелтори використовують різні тактики формування перлокутивного ефекту: 1) вибір лексем, які у сприйнятті адресатів виконують роль «еталонних»; 2) інтуїтивну градацію слів на позначення малого приміщення; 3) мовну акцентуацію позитивних аспектів житла, зокрема, його гіпотетичну багатофункціональність, можливість покращення помешкання за допомогою дизайнерських ідей; 4) створення позитивного емоційного мікроклімату спілкування; 5) вибір нетривіальних мовних засобів, що асоціативно переводять мовців на рівень «сучасних, прогресивних» тощо.

Розкодування секретів мовної маніпуляції свідомістю реципієнта є одним з актуальних векторів сучасного мовознавства, оскільки воно передбачає розроблення практичних порад, спрямованих на нівеляцію небажаного впливу, на установлення мікроклімату об'єктивності між бізнес-агентом і адресатом – сприймачем інформації. Надалі плануємо поглиблення студій, зорієнтованих на конкретизацію інтенцій бізнес-агента, їх розкодування. У перспективі – розроблення системи інтернет-тренінгів для споживачів різного профілю.

ЛІТЕРАТУРА

- Петрушова Н. Код у структурі комунікативного акту. *Філологічні науки*. 2015. Вип. 19. С. 78–84.
- Сусов І. Лінгвістическая прагматика. Винница : Нова Кнуга, 2009. 272 с.
- Van Dijk T. A. The Pragmatics of Discourse. URL: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-1977-The-pragmatics-of-discourse.pdf>
- Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
- 10 речень. Твір-опис кімнати в художньому стилі. URL: <https://znaniya.com/task/41926787>
- 7 порад по дизайну маленької дитячої кімнати + фото інтер'єрів. URL: <https://babylife.com.ua/7-porad-po-dizainu-malenkoi-dityachoi-kimnati-foto-intereriv>
- Італійський винахідник створив «швейцарський армійський будинок». URL: <https://2plus2.ua/novyny/italiyskiy-vinahidnik-stvoriv-shveycarskiy-armiyskiy-budinok-foto>
- «Кімната Гаррі Поттера під сходами»: у Варшаві здають крихітну квартиру на 7 квадратних метрів. URL: https://zakordon.24tv.ua/kimnata-garri-pottera-pid-shodami-varshavi-zdayut-krihitnu-kvartiru_n1965299
- Дизайн кімнати 10 кв. м (60 фото): приклади ремонту прямокутної студії розміром 10 квадратних метрів, сучасні ідеї оформлення інтер'єру. URL: <https://sk-real.com/364-stylish-design-of-a-room-with-an-area-of-10-sq-m>

REFERENCES

- Petrushova, N. (2015). Kod u strukturi komunikativnoho aktu. *Filolohichni nauky*. Vyp. 19. S. 78–84 [in Ukrainian].
- Susov I. P. (2009). *Lingvisticheskaya pragmatika*. Vinnica : Nova Knyga. 272 s. [in Ukrainian].
- Van Dijk T. A. (1977). The Pragmatics of Discourse. URL: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-1977-The-pragmatics-of-discourse.pdf> [in English].
- Batsyevych F. S. (2004). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky : pidruchnyk*. K. : Akademiia. 344 s. [in Ukrainian].
- 10 rechenj. Tvir-opys kimnaty u khudozhnjomu styli. URL: <https://znaniya.com/task/41926787> [in Ukrainian].
- 7 porad po dizajnu malenjkoi dytjachoi kimnaty + foto inter'jeriv. URL: <https://babylife.com.ua/7-porad-po-dizainu-malenkoi-dityachoi-kimnati-foto-intereriv> [in Ukrainian].
- Italiyskiy vynakhidnyk stvoriv "shveysarskiy armiyskiy budynok". URL: <https://2plus2.ua/novyny/italiyskiy-vinahidnik-stvoriv-shveycarskiy-armiyskiy-budinok-foto> [in Ukrainian].
- "Kimnata Harri Pottera pid skhodamy": u Varshavi zdaiut krykhitnu kvartyru na 7 kvadratnykh metriv. URL: https://zakordon.24tv.ua/kimnata-garri-pottera-pid-shodami-varshavi-zdayut-krihitnu-kvartiru_n1965299 [in Ukrainian].
- Dyzain kimnaty 10 kv. m (60 foto): pryklady remontu priamokutnoi studii rozmirom 10 kvadratnykh metriv, suchasni idey oformlennia interieru. URL: <https://sk-real.com/364-stylish-design-of-a-room-with-an-area-of-10-sq-m> [in Ukrainian].