

УДК 81'276.3-057.87(100)

**МОВНА КАРТИНА СВІТУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ:
СОЦІОПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ
КОМПАРАТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
ЯК ЛІНГВАЛЬНІ МАРКЕРИ**

Марія Заборна

*Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
вул. Максима Кривоноса, 2, м. Тернопіль, 46027, Україна
maria@tpru.edu.ua*

Стаття присвячена дослідженню одного із аспектів проблеми «мовлення молоді». Автор обґрунтовує релевантність компаративних фразеологізмів для ідентифікації мовної особистості з асоціативним баченням дійсності. На основі анкетування представлено стійкі компаративними, типові для мовної картини світу сучасної студентської молоді. Визначено їх прагматичний потенціал як засобів оформлення експресивних мовленнєвих актів. З'ясовано вплив на використання порівняльних фразеологізмів таких соціальних чинників, як вік і стать учасників спілкування та характер стосунків між ними.

Ключові слова: мовомислення, асоціація, компаративний фразеологізм, мовленнєва ситуація, мовець, адресат, соціальний чинник комунікації.

Синкретичний характер сучасного наукового знання узгоджується зі зміщенням акцентів мовознавчих досліджень із парадигми внутрішньої лінгвістики, яка вивчала мову як систему, «підпорядковану лише власному порядку» [1: 34], в контекст лінгвістики зовнішньої, де актуалізуються ті екстралінгвальні чинники, які визначають причини й умови функціонування мовних одиниць. У цій ситуації цінність тої чи іншої одиниці будь-якого мовного рівня визначається з урахуванням її дотичності до тих феноменів, які виступають об'єктами аналізу інших наукових дисциплін.

Окреслені міркування становлять концептуальні засади для одного із можливих підходів до визначення статусу компаративних фразеологізмів – одиниць, що виокремлюються в системних описах сучасної української мови та простежуються в сучасній українській комунікації. Йдеться про фразеологічні одиниці з порівняннями на зразок *як дві краплі води, як голка в сні, як медом по губах, мов горохом об стіну, наче з неба впало* тощо. Ці елементи мовної системи релевантні для осмислення таких понять, як мовомислення та асоціативність, що розглядаються в площині психо- та когнітивної лінгвістики.

Феномен мовомислення актуалізується в контексті сучасних підходів до вивчення мови як когнітивної складової мозку й популяризації гумбольдтівського постулату про те, що людина мислить на основі мови. У цьому плані аналіз мовних одиниць дозволяє виявити способи пізнання, відтворення та інтерпретації людиною дійсності. Одним із таких способів виступає асоціативність – «тимчасовий нервовий зв'язок між двома й більше психічними явищами (відчуттями, уявленнями, почуттями, думками, образами тощо)» [2: 235]. При цьому простежується своєрідне перетворення

дійсності в суб'єктивну реальність і кристалізується асоціативне уявлення про світ, побудоване за принципом асоціативної діади. В окремій асоціативній діаді виділяється, з одного боку, актуалізатор як фрагмент дійсності, що пізнається суб'єктом, з іншого, – зумовлений ним асоціат. Його поява й засвідчує оригінальність психічного життя кожної окремої людини [3: 7].

Мову можна розглядати як один із засобів асоціативного бачення дійсності на тій підставі, що в певних ситуаціях асоціат узгоджується з готовою мовною формулою, що пов'язується в колективній свідомості з узагальненим образом тих чи інших об'єктів та ситуацій навколишнього світу. Такі міркування стимулюють увагу дослідника до компаративних фразеологізмів. Їх семантичною своєрідністю є образність змісту: характеристика цими одиницями ознак і властивостей фрагментів довкілля здійснюється через актуалізацію феноменів, які на даний момент не функціонують в реальній дійсності, а сприймаються узагальнено, вступаючи в найрізноманітніші асоціативні відношення з об'єктами людського пізнання. Позбавлені зв'язку з денотатом, компаративні фразеологізми постають як власне лінгвальні образи. Тим самим зі стійкими компаративними пов'язується феномен асоціативного мовомислення. Водночас оперування цими одиницями релевантне для ідентифікації мовної особистості з асоціативним баченням дійсності.

Оперування мовою не обмежується репрезентацією інтерпретації реальності, а передбачає введення мовної одиниці в мовленнєвий простір. Іншими словами, втілена в мовній одиниці когнітивна діяльність індивіда комунікативно спрямована. Відповідно оперування мовними одиницями релевантне й для ідентифікації мовленнєвої особистості, якій притаманні ті чи інші інтенції. Це дає підстави для аналізу компаративних фразеологізмів у площині прагмалінгвістики, де марковані ними висловлення розглядаються як мовленнєві акти – цілеспрямовані дії мовця в ситуації безпосереднього спілкування зі слухачем. Водночас у межах сучасного гуманітарного знання лінгвістична прагматика виокремлюється поряд із соціопрагматикою, яка «вивчає соціальні й культурні умови використання мовних засобів для виконання певних функцій» [4: 6].

Для опису мовленнєвого акту суттєвим є характер мовленнєвої ситуації. Його визначають насамперед соціальні характеристики учасників спілкування (вік, стать, соціальний статус) та характер стосунків між ними. Отож, соціальний чинник є тою вагомою складовою, яка визначає діяльнісний потенціал мовної одиниці й довершує багатоаспектність її цілісного осмислення. Парадигма компаративних фразеологізмів при цьому може бути представлена як система засобів асоціативного світобачення, що актуалізуються з певною метою в конкретній комунікативній ситуації мовними особистостями, позначеними ментальними та соціальними характеристиками.

На цій основі пропонуємо спостереження, здійснені на основі анкетування в студентській аудиторії віком двадцяти років. Анкету утворили три площини – лінгвістична, соціологічна й прагматична. Відповіді інформантів не представили багатого мовного матеріалу. Це дозволяє припустити, що компаративні фразеологізми не виступають типовими, знаковими елементами молодіжної мовної компетенції. З іншого боку, показовим є те, що молодь загалом послуговується народно-розмовними стійкими порівняннями, пов'язаними з конвенційними фоновими знаннями локальної соціальної спільноти. У мовному запасі студентів домінують фразеологізми, на зразок *[кричить] ніби свиня недоріzana*, *[говорить] ніби головою вдарився*, *[віє] як пєс в кукурудзі*, *[ходить] як паралітик на морозі*, *[їде] як корова по льоду*, *[виламується] як муха на мотоциклі*, *[тішиється] як муха патефоном*, *[порвати] як мавпа газету/як*

Тузик тряпку, [добрий] як булка з маком, [смішний] як сто грам горошку, [спутаний] як пінгвін. Аналогічно й у мовленні інших молодь насамперед звертає увагу на народно-розмовні порівняльні фразеологізми. Так, інформанти відзначили компаративами *[дивиться] як баран на звізди, [вирядилась] як ялинка, [тішиться] як слон після бані, [мовчать] як кури на бантах, [йде] як німий до суду, [хоче додому] як пес до буди, [поцастило] як псові на Андрія, [потрібен] як козі баян, [сили] як в горобця під коліном, [крута] як свинячий хвіст, [висока] як тополя, [дурна] як фасоля.* Літературно-мовні компаративні фразеологізми становлять певною мірою вторинні знання. Володіння цими одиницями є результатом інтелектуальної навчально-пізнавальної діяльності, а тому вони посідають незначну кількість в опрацьованому мовному матеріалі й наводяться поодинокими інформантами. При цьому переважають: 1) *як баран (бик, теля) на нові (золоті) ворота* – наводять 27 інформантів; 2) *[голодний] як вовк (пес) – 10; 3) як кіт наплакав – 9; 4) як білка в колесі – 6; 5) як сніг на голову, як дві краплі води – 4; 6) як гриби після дощу, як з козла молока, як кіт з собакою – 3; 7) як риба у воді, як середа на п'ятницю – 2.* В одиничному вияві представлені фразеологізми *як муха в окропі, як у Бога за пазухою, як мокре горить, як буряк, як черепаха.*

Соціологічна площина анкети засвідчує різнофункціональність компаративних фразеологізмів з огляду на їх використання в ситуативному контексті, пов'язаному з учасниками спілкування. У цьому плані простежуються: 1) релевантність для вживання того чи іншого порівняльного фразеологізму стосунків між комунікантами; 2) варіативність функціонування стійких компаративем з огляду на соціальні характеристики адресата; 3) гендерна асиметричність компаративних фразеологізмів.

Видається, що комунікативній активації стійких порівнянь сприяє психологічний комфорт мовця. Так, найбільше фразеологізмів представлено інформантами в рубриках дружні та родинні стосунки між учасниками спілкування (відповідно 72 та 62 мовні одиниці). Натомість до ворожих стосунків дотичні 40 наведених компаративем. Практично така ж кількість одиниць (34) фіксується при нейтральних стосунках. І тільки два фразеологізми (*як риба у воді* та *пальцем у небо*) вважаються доречними в офіційно-діловому спілкуванні.

Важливим соціальним чинником активації компаративних фразеологізмів виступає «фактор адресата». При вживанні компаративних фразеологізмів студенти звертають увагу на вік свого співрозмовника. Як наслідок, виділяються фразеологізми, які можуть бути адресовані: а) ровесникам: *як пес в кукурудзі, як свиня в апельсинах, як отудало на городі, як з козла молока, як три гривні купи*; б) ровесникам та молодшим: *як індик, як слон після бані, як баран на нові ворота, як горохом до стіни, як до неба рачки, як середа на п'ятницю*; в) старшим: *як у Бога за пазухою, як на голках.* Нейтральними в цьому аспекті визначаються фразеологізми *як муха в окропі, як білка в колесі, як сніг на голову.* Вже при першому наближенні до матеріалу тут продукується міркування: молодіжна аудиторія послуговується компаративними фразеологізмами, як правило, в межах своєї вікової категорії, допускаючи їх й у звертанні до молодших співрозмовників; спілкування зі старшими позначене униканням фразеологічних порівнянь та обмеженням їх парадигми літературно-мовними компаративемами.

Врешті, заслуговує на увагу гендерний аспект характеристики компаративних фразеологізмів, де актуальним постає все той же «фактор адресата». На фоні нейтральності побутування, властивій більшості стійких порівнянь, як-от, наприклад, *як буряк, як риба у воді, як середа на п'ятницю, як мокре горить, як сніг на голову* тощо, інформанти виділяють, з одного боку, фразеологізми, адресовані чоловікам, з

іншого, – жінкам. Для порівняння: маскулінні порівняння – *як пеньок, як осел, як баран, як олень, як слон після бані, як ведмідь на зіздах*, фемінні порівняння – *як бджілка, як мавпа, як черепаха, як квітка, як ружа, як швабра, як польське радіо*.

Отож, певна семантична гомогенність компаративних фразеологізмів гетерогізується з огляду на аналіз їх функціонування в соціальному контексті. Використання стійких порівнянь членами соціуму детермінує їх комунікативно-прагматичні характеристики.

Прагматична площина проведеного анкетування вимагала від учасників інтроспекції й презентувала однотипні міркування. На запитання, з якою метою порівняльні фразеологізми вживаються в мовленні, інформанти загалом відповіли одноставно – виразити свій психологічний стан та емоційне ставлення до співрозмовника. На цій основі, по-перше, увиразнюється й підтверджується зроблений автором дослідження висновок про те, що марковані компаративними фразеологізмами висловлення виявляють іллокутивну силу експресивних мовленнєвих актів [5: 286]; по-друге, формується характеристика асоціювання як психологічно детермінованого пізнавального процесу, пов'язаного з певними емоційними переживаннями суб'єкта пізнання. З іншого боку, кристалізуються узагальнення стосовно інтенційних ознак експресивів, маркованих компаративними фразеологізмами. Зокрема, їх прагматичний потенціал узгоджується з вербалізацією переважно негативних емоцій. Водночас низький рівень мовної компетентності у плані знання компаративних фразеологізмів, фактичний перехід літературно-мовних стійких порівнянь у пасивний запас мовної особистості прогнозує їх невисоку частотність у комунікації, що загалом корелює зі станом емоційної дефективності сучасної людини.

Таким чином, усвідомлення релевантності мови для осмислення пізнавально-мисленнєвої діяльності людини актуалізує зв'язок когнітивних механізмів з елементами мовної системи як комунікативно спрямованими одиницями, що активуються з огляду на соціальні чинники мовленнєвої ситуації.

Загальний висновок увиразнюють підсумкові міркування стосовно компаративних фразеологізмів:

1. Образність змісту стійких компаративів, закріплена в колективній метафоричній свідомості певного етносу, детермінує їх номінацію як лінгвальних маркерів асоціативного мовомислення, обтяженого емоційними переживаннями суб'єкта пізнання.

2. Побутування суб'єкта асоціювання в соціумі накладає певні обмеження на використання ним компаративних фразеологізмів відповідно до характеру соціального контексту. Тим самим можна окреслити парадигмальні об'єднання стійких порівнянь, що узгоджуються з певними соціальними умовами. Зокрема, простежуються парадигми стійких компаративів, які використовує сучасна молодь у спілкуванні з ровесниками, молодшими та старшими в проєкції на характер стосунків між комунікантами та їх гендерні характеристики.

3. Комунікативна спрямованість порівняльних фразеологізмів позначається на функціонуванні маркованих ними експресивних мовленнєвих актів. Їх інваріантні прагматичні характеристики (захоплення, обурення, образа тощо) увиразнюються й конкретизуються з огляду на соціальну детермінованість стійких компаративів. Іншими словами, за певним різновидом експресивів стоять висловлення, структура яких допускає варіювання компаративних фразеологізмів під впливом соціальних чинників комунікації. При цьому низький кількісний вияв компаративно маркованих

парадигм експресивів у молодіжній аудиторії передбачає їх зіставлення з такими ж парадигмами, що виокремлюються в інших соціальних групах.

Загалом соціопрагматична інтерпретація компаративних фразеологізмів на основі аналізу мовної компетентності студентської аудиторії не претендує на вичерпне дослідження. Для більшої об'єктивності варто залучити ширше коло інформантів. З іншого боку, студентська молодь презентує лише окремих зріз соціуму, а тому актуальним постає вивчення стійких порівнянь на тлі феномену соціальної диференціації мови у всій повноті його вияву.

1. *Сосюр Ф. де* Курс загальної лінгвістики / Ф. де Сосюр. – К. : Основа, 1998. – 324 с.
2. *Селіванова О. О.* Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
3. *Заборна М.* Асоціативний аспект художньої картини світу Бориса Харчука / М. Заборна // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. – Тернопіль : Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2012. – Вип. 2 (21) 2011 - 1 (22) 2012. – С. 6–15. – (Серія : Мовознавство).
4. *Бацевич Ф. С.* Нариси з лінгвістичної прагматики / Ф. С. Бацевич. – Львів : ПАІС, 2010. – 336 с.
5. *Заборна М. С.* Функціональне навантаження компаративних фразеологізмів у структурі мовленнєвого акту / М. С. Заборна // Наукові записки. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – С. 283–287. – (Серія : Філологічні науки ; Вип. 100)

**LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD OF YOUNG STUDENTS:
SOCIOPRAGMATIC ASPECTS OF COMPARATIVE
IDIOMS AS LINGUAL MARKERS**

Maria Zaoborna

*Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University in Ternopil
vul. Kryvonosa 2, Ternopil, 46027, Ukraine
maria@tnpu.edu.ua*

The article discusses one of the aspects of the issue 'youth speech'. The author substantiates the relevance of comparative idioms for identifying speech personality with associative vision of reality. Stable comparativemes which are typical for the linguistic picture of the world of modern student youth have been presented on the basis of questionnaire. Their pragmatic potential as a means of laying out expressive speech acts has been identified. The influence of such social factors as age and sex of communication participants on the use of comparative idioms as well as the character of their interrelations has been clarified.

Keywords: language thinking, association, comparative idiom, communicative situation, speaker, addressee, social communicative factor.

**ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ:
СОЦИОПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
КОМПАРАТИВНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ
КАК ЛИНГВАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ**

Мария Заборная

Тернопольский национальный педагогический университет

имени Владимира Гнатюка
ул. М. Кривоноса, 2, г. Тернополь, 46027, Украина
maria@tntu.edu.ua

Статья посвящена исследованию одного из аспектов проблемы «речи молодежи». Автор обосновывает релевантность компаративных фразеологизмов для идентификации языковой личности с ассоциативным видением действительности. На основании результатов анкетирования определяются устойчивые компаративемы, типичные для языковой картины мира современной студенческой молодежи. Исследуется их прагматический потенциал как средств оформления экспрессивных речевых актов. Изучается влияние на использование сравнительных фразеологизмов социальных факторов: возраст, пол участников общения, а также характер отношений между ними.

Ключевые слова: языкомышление, ассоциация, компаративный фразеологизм, язык, речь, речевой акт, экспрессив, речевая ситуация, говорящий, адресат, социальный фактор коммуникации.

Стаття надійшла до редколегії 2.09.2013
Прийнята до друку 23.10.2013

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ls.4.1843>