

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОЛЛЕКТИВНОГО АДРЕСАТА В ФОЛЬКЛОРНЫХ ЖАНРАХ (НА МАТЕРИАЛЕ НАРОДНЫХ ЗАГАДОК, ПРИМЕТ И ЗАГОВОРОВ)

Файзуллина Найля Ивановна

К.филол.н., доцент, ФГАОУ ВО «Казанский
(Приволжский) федеральный университет», Россия,
Казань
nelya7@mail.ru

TRANSFORMATION OF THE COLLECTIVE ADDRESSEE IN FOLKLORE GENRES (BY THE MATERIAL OF FOLK RIDDLES, SIGNS AND CONSPIRACIES

N. Faizullina

Summary. The article presents a brief excursion to the theoretical treatment of the addressee. The author analyses H. H. Clarks' s work devoted to the process of understanding in general and B. Keysar and W. Horton' s work to prove the importance the current study. The author analyzes terms addressee in several folklore genres: charm, omen and riddle. During the analyses three types of addressee are marked out. This division is made according to the speaker' s attitude to the addressee. Omens do not have a special addressee. The analysis of superstitious omens showed that the addressee is connected with the definite situation. For example, saying the soup is oversalted because have fallen in love means that the addressee has prepared some food and others are testing it. So superstitious omens are characterized as situational. The riddle itself is more difficult than other genres owing to its goal. The riddle encodes some information and the addressee is to decode. He can do it only if he knows the encoded thing. So riddle addressee must be rather smart.

Keywords: pragmatics, addressee, charm, riddle, omen, folklore.

Аннотация. в статье представлен краткий экскурс в область теоретической трактовки адресата. Автор анализирует с точки зрения характера адресата некоторые жанры фольклора: заговор, загадка, примета. В процессе анализа заговора выделяется три типа адресата на основании отношения говорящего к субъекту исполнения желаемого. Устанавливается, что, несмотря на соотносительность народной приметы с конкретным временным промежутком, категория адресата представлена довольно пространно и ограничена исключительно интересующей ситуацией. Адресат в суеверных приметах характеризуется по недавно совершенному действию. Адресат загадки отличается способностью декодировать определенный тип актуальной для него информации, наличием в его сознании четко организованной логической системы, отражающей специфику восприятия и систематизацию окружающего пространства. Адресат в заговоре отличается конкретностью описания, а также включением латентной категорий «доверие», «ожидание», лежащими в основе формирования действия, описанного в тексте жанра.

Ключевые слова: прагматика, адресат, фольклор, заговор, примета, загадка, заговор.

Категория адресата на протяжении всего времени осуществления коммуникации являлась предельно актуальной: говорящего всегда волновало своеобразие восприятия адресатом сообщаемой информации. В связи с развитием прагмалингвистики к понятию адресат внимание стало оказываться и со стороны научных исследователей. Так, Г. Кларк писал: «Говорящий создает свое высказывание таким образом, чтобы у него были достаточные основания полагать, что адресат без промедления и однозначно поймет то, что имел в виду говорящий на основании воспринятого высказывания и имеющихся фоновых знаний» [1, с. 246]. В исследовании Б. Кейсар и У. Хортона детально описывается важность имеющихся фоновых знаний у адресата и адресанта, так, как только владение говорящим фоновыми знаниями реципиента способно сделать высказывание понятным однозначно и так, как это требуется адресанту

[2]. Следовательно, если меняются фоновые знания, изменяется и восприятие высказывания.

Интересной выглядит статья из энциклопедии прагматики, выпущенной под редакцией Я. Мейе, где в качестве основы развития понятия адресатности представляется учение М.М. Бахтина о языке. Согласно М. М. Бахтину, необходимо дифференцировать предложение и высказывание. Предложение характеризуется как повторяемое, воспроизводимое языковое явление, тогда как высказывание не обладает таким свойством ввиду взаимосвязи с определенной жизненной ситуацией и является своеобразной речевой реакцией, имеющей своего адресата.

Именно адресность является ключевым отличием предложения от высказывания. Говорение кодирует,

а слушание декодирует. Понимание характеризуется как персональное, процессуальное и активное действие [3].

В последнее время появились исследования, посвященные определенному типу адресата, что обусловлено изменением экстралингвистических факторов. Это связано с обилием информации в современном мире и стремлением «заполучить» максимальное количество потенциальных адресатов. Так, довольно популярны стали рекламные тексты. Особенность данных текстов заключается в том, что тексты сознательно создаются и априори имеют адресную ориентацию. Причиной создания таких текстов является стремление охватить и привлечь к тексту максимальное количество читателей, а в дальнейшем покупателей [Солодовникова 2010].

Кроме понятия адресат, в современной научной литературе появилось понятие образ адресата, которое помогает составить более «наглядный» вид адресата. Так, образ адресата на примере литературных произведений проанализирован в работе А.С. Шантарович «Фактор адресата в литературоведческих исследованиях текста». Автор пишет, что каждому тексту соответствует определенный внутренний читатель, что обусловлено внутренней историко-культурной ситуацией. Кроме того, в исследовании подчеркивается, что категория адресата неразрывно связана с понятиями *жанр произведения*, *лингвистический код*, *литературный стиль*. В статье подробно описывается важность ассоциативных отношений, возникающих на основании фоновых знаний предполагаемого читателя, его тезауруса [4].

Таким образом, понятие *адресатность* неразрывно связано с фоновыми знаниями адресата и адресанта, способностью адекватно кодировать и декодировать информацию, а также знаниями об образе адресата. В данной работе мы рассмотрим понятие адресата и образ адресата в рамках некоторых жанров фольклора (народной загадки, народной приметы и заговора). Интерес к анализу фольклорных жанров связываем с отличными от настоящих условиями формирования и бытования жанров, а также жизнью людей в целом.

Для начала отметим, что не существовало какой-либо конкуренции в сфере потенциальных адресатов: каждое событие имело своего конкретного адресата, так как являлось важной составляющей какого-либо действия. Текст представлял собой единство с производимым действием. Следовательно, понятия образ адресата и адресат явно существовало в сознании говорящего. Мы полагаем, что на определенном этапе развития фольклорный текст служил лишь дополнением некоторых обрядовых действий, представлявших для архаичного человека предельную важность.

Рассмотрим различные жанры фольклора с целью анализа адресата и образа адресата.

В первую очередь обратимся к заговору, который является одним из наиболее сакральных жанров, так как связан со стремлением человека получить загаданное, исполнить просьбу, излечить от недуга или получить желаемое. Зачастую в заговоре встречаем обращение к представителям живой и неживой природы, религиозным персоналиям, самому недугу или желаемому предмету. Обращение к адресату часто содержит почтительную интонацию, взывание к могуществу адресата: *Я прошу вас атаман Кияш, атаманиша Кияшиха, выгоньте нечистую силу, выгоньте недуга; Помолюсь и поклонюсь Кузьмы, чтобы Ксенья заговорить грызть мозговую; Сидели две сестрицы, третий братец Ванюшка. Они думу думали ужить иринкину руду, Пресвятая Мать Богородица, приди, помоги.*

Произношение заговора осуществляется в связи с крайней необходимостью. Вряд ли можно встретить человека, который будет произносить заговор «всуе», без отсутствия надобности, крайних обстоятельств. Нами отмечены три типа адресата заговоров. Первый тип представляет собой субъект, способный помочь в осуществлении желаемого. В таком случае сам текст заговора, как и характер обращения к субъекту, преисполнен уважения и почта: *мать ты моя звезда, Свят Доброхот, заря-зарница*, и таким же характером слова *укроти, спаси, заступись, прогони, дай здоровья: «Мать ты моя, вечерняя звезда, жалуюсь тебе на двенадцать девиц, Иродовых дочерей, двенадцать сестер лихорадок. Заступись, прогони окаянных от раба Божия (имя), дай ему здоровья, избавь род человеческий от этой мучительной болезни»* [5, с. 465]; *«Заря-зарница, возьми у ребенка (имя) бессонницу, безгомонницу, а нам дай сон-угомон»* [5, с. 465]; *«Выкатываю, свят Доброхот, хлеб-соль прими, а раба Божия (имя) прости»* [5, с. 463].

Второй тип адресата представляет собой нежелательное явление, от которого стремятся избавиться, или предмет неживой природы, но без наличия почтения. В заговорах с подобным адресатом присутствуют угрозы, просьбы о помощи, но без какого-либо проявления почтения: *«Рябина, рябина, вылечи мои зубы, а не вылечишь — всю тебя изгрызу»* [5, с. 282]; *«Осина, осина, возьми мою трясицу, дай мне леготу»* [5, с. 273]; *Как ты, тень моя, впереди, так ты, болезнь моя, позади. Как нет тебя, тень, у мертвого. Так и нет у меня боли у живого* [6, с. 176].

Третий тип — это кооптированный адресат, что подразумевает проговаривание заговора без какого-либо определенного адресата. Высказывания с подобным

типом адресата напоминают внутреннюю речь. *Выйду я из дверей в двери, Из ворот выйду в ворота, От ворот пойду в чисто поле, в широкое приволье...* [6, с. 159].

Отметим, что адресат заговора чаще всего не называется вслух, общение с ним осуществляется в уединении. Отличительной чертой заговоров является наличие беспрекословной веры в продуктивность осуществленного процесса коммуникации.

Другой жанр фольклора — народная примета. Существуют метеорологические и суеверные приметы, причем метеорологические приметы прогнозируют погодные явления, а суеверные касаются различных сфер жизни. Приметы часто произносятся в качестве рекомендации относительно производимого действия или совета. Так, метеорологические приметы произносятся чаще всего во время беседы о погодных условиях, так как являются актуальными и носят характер пожелания, рекомендации. Важно отметить, что народные приметы выполняют регламентирующую функцию, то есть в разной степени категоричности указывают на необходимость осуществления какого-либо действия в определенный временной промежуток, подчеркивая тем самым циклический характер временного пространства. Допустим: *Федул на двор заглянул — пора серпы зубить; к жнитву готовятся загодя; Репу сей на Аграфену — хороша будет репа*. Подобные приметы в первую очередь регламентируют поведение крестьянина, жизнь которого неразрывно связана с сельскохозяйственной деятельностью. Отметим, что адресат здесь может быть двух видов: активный, воспринимающий информацию и следующий ей, и пассивный, воспринимающий информацию без последующих действий. Наличие второго адресата развилось в связи с тем, что часто в печатных и электронных изданиях дается ряд примет на тот или иной день, время года. Знакомство читателя с ними не гарантирует того, что каждый читатель будет следовать приметам, а больше носит развивающий, просвещающий характер.

Суеверные приметы также способны иметь пассивного адресата в случае информативного характера сообщения, чаще же носят характер комментария и относятся к некоторому субъекту действия. Так, если кто-то разбил посуду, говорят: *«Посуда бьется к счастью»*. Данное суждение может быть обращено к тому, кто разбил, а может быть обращено к наблюдателям. Если в комнате присутствуют двое, и один из них разбил посуду, второй, приободряя его, скажет: *«Это на счастье!»*. Если же в комнате несколько человек, то примета может служить оправданием действия субъекта. Получаем, что мы имеем три типа адресата. Иногда возможна некоторая конкретизация. Так, примета *Поперхнулся*

за столом — гость спешит обязательно требует того, чтобы адресат в данный момент находился в процессе приема пищи. Примета *Искры из печки или головня выпадет — к гостю* указывает на характеристики пространства, где находится адресат: глупо было бы сказать последнюю примету в поле.

Несколько отличается адресат в народной загадке. В настоящее время загадка понимается как жанр фольклора, способный иметь в качестве адресата человека любого возраста, пола, социального положения [Митрофанова 1978]. Полагаем, каждый сможет разгадать загадку *Красная девица сидит в темнице, а коса на улице*. Однако исторически загадки являлись либо частью обряда и лишь значительно позже способом времяпрепровождения, и в данном случае существенной является способность адресата декодировать сообщение.

Так, загадка *Кум с кумой видятся, а близко не сходятся* [7, с. 9] подразумевает пол и потолок. Данная загадка довольно близка к другой загадке *Два братца через грядку смотрят, до не сойдутся*. [7, с. 324]. Обе загадки описывают наличие двух предметов и невозможность их соединения или приближения друг к другу. Однако только знание тематической последовательности загадок позволяют адресату дать верный ответ, из чего следует вывод, что загадка изначально имела определенного адресата, сведушего в особенностях кодирования предметов окружающего мира. Так, загадка *Что быстрее всего?* имеет три варианта отгадки (*мысль, свет, глаз*), и каждый из предлагаемых ответов коррелирует с описанием. Более того, некоторые загадки подразумевают вещи, вышедшие из современной жизни: *Без рук, без ног по полю ползут (опаливание полей)* [7, с. 391]. Наличие подобных загадок позволяет говорить о том, что адресат должен быть не только предельно осведомленным в области кодирования, но и находиться в определенном временном промежутке, в рамках которого загадываемые предметы являются актуальными.

Таким образом, анализ трех жанров фольклора позволяет говорить о том, что для каждого адресата характерен особенный адресат. Кроме того, специфика жанра позволяет определить образ адресата. Так, в заговорах можно выделить три типа адресата, отличительной чертой которых является отношение говорящего к адресату. В народных приметах категория адресата более расширена, так как не имеет какого-либо конкретного лица. Однако адресат может характеризоваться по роду деятельности или месту нахождения. Загадка «требует» от адресата не только знаний в области метафорического названия предметов, но и нахождения в определенном временном промежутке, для которого будет актуальным загадываемый предмет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Clark H.H., Schreuder R., Buttrick S. Common ground and the understanding of demonstrative reference// *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*. 1983. № 22. P. 245–258.
2. Keysar B., Horton W. S. Speaking with common ground: from principles to processes in pragmatics: a reply to Polichak and Gerrig// *Cognition*. 1998. № 66. P. 191–198.
3. Morson G. S. Addressivity// *Concise Encyclopedia of Pragmatics*. 2009. P. 13–16.
4. Шантарович С. А. Фактор адресата в литературоведческих исследованиях текста// *Коммуникативная компетенция: принципы, методы, приемы формирования: сб. науч. ст./ Под ред. Л. А. Муриной, Ф. М. Литвинко. — Минск: РИВШ БГУ, 2004. — Вып. 6. — С. 3–7.*
5. Иванов В. И. Тайны народной медицины России. М.: ЭКСМО, 2007. — 672 с.
6. Степанова Н. Большая защитная книга здоровья. М.: Рипол классик, 2013. — 1056 с.
7. Садовников Д. Н. Загадки русского народа. М. Изд-во МГУ, 1959. — 336 с.
8. Солодовникова А. Н. Основные способы воздействия в социальной рекламе//*Известия Саратовского университета. Серия Филология. Журналистика. — 2010. — Т. 10. — Вып. 1. — С. 13–17.*
9. Митрофанова В. В. Русские народные загадки. Л.: Наука, 1978. — 179 с.

© Файзуллина Найля Ивановна (nelya7@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Казанский федеральный университет