

Ключевые слова: *растянутое произношение, гезитация, самоисправление, спонтанная речь.*

Martynenko M.R., stud.
Institute of Philology,
National Taras Shevchenko University of Kyiv

STRETCHED PRONUNCIATION OF AUDIO SEGMENTS IN UKRAINIAN SPONTANEOUS SPEECH

The article is dedicated to exploration of stretched pronunciation as a spontaneous speech phenomenon. Hesitation and self-correction as different sides of stretched pronunciation are the main focus.

Key words: *stretched pronunciation, hesitation, self-correction, spontaneous speech.*

УДК 811.111/007

Мельник І.В. асп.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ПРИЧИНИ КОМУНІКАТИВНИХ НЕВДАЧ У ПРОВОКАЦІЙНОМУ МОВЛЕННІ

У статті розглядається поняття комунікативної невдачі. Досліджується явище провокативного мовлення. Аналізуються основні причини виникнення комунікативних невдач у провокаційному мовленні.

Ключові слова: *провокаційне мовлення, комунікативна невдача, провокатор, реципієнт, мовленнєвий вплив.*

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена активізацією комунікативної парадигми в лінгвістиці та інтересом сучасних мовознавців до різноманітних комунікативних девіацій. **Мета** статті – виокремити і проаналізувати причини комунікативних невдач у провокаційному спілкуванні. **Об'єктом** дослідження є мовленнєві невдачі, а **предметом** – причини їх виникнення в межах провокаційного мовлення. **Наукова новизна** дослідження зумовлюється відсутністю спеціальних праць, присвячених цьому питанню.

Ефективність та успішність комунікативного акту в процесі міжособистісного спілкування визначається рівнем досягнення

комунікантами поставлених комунікативних цілей. Під ефективним спілкуванням ми розуміємо реалізацію мовцем свого стратегічного наміру за умов комунікативного комфорту для обох учасників процесу спілкування, комунікативної рівноваги, гармонії тощо. Проте, в процесі інформаційного обміну досить часто виникають мовленнєві труднощі, пов'язані із недостатнім розумінням співрозмовниками один одного, особливостями їх мовленнєвої поведінки, різним рівнем комунікативного досвіду, психологічними, соціальними, культурними відмінностями тощо. Значно ускладнюється процес спілкування, якщо співрозмовники мають різні наміри та цілі і не зважають на інтереси чи прагнення один одного. Такі перешкоди унеможливають досягнення взаєморозуміння між комунікантами і, як наслідок, призводять до негативного результату спілкування, тобто комунікативних невдач.

На думку Ф.С. Бацевича, комунікативна невдача або "комунікативна девіація" – це недосягнення адресантом комунікативної мети; відсутність взаєморозуміння і згоди між учасниками спілкування [Бацевич 2009, 239]. До комунікативних невдач зараховують нездійснення або неповне здійснення комунікативного наміру адресанта через повне або часткове нерозуміння його повідомлення адресатом, а також непередбачуваний і небажаний ефект, що виникає під час спілкування. Їх пов'язують з особистими характеристиками комунікантів, обставинами спілкування, процесами вербалізації та розуміння, труднощами досягнення комунікативних і практичних цілей, порушенням принципу комунікативної контактності [Яшенкова 2010, 180].

Провокаційне мовлення – це особливий тип міжособистісного спілкування, який внутрішньо розрахований на отримання відповідної інформації, коли мовець говорить не для того, щоб передати певну інформацію, а, навпаки, щоб її отримати. Іншими словами, ми можемо говорити про "випитування" інформації. Провокаційне мовлення існує для прямого впливу на інших людей, коли людину "змушують" проти її волі та бажання повідомити певну інформацію, не усвідомлюючи того. Ефективність провокаційного спілкування полягає в чіткому плануванні адресантом-провокатором своїх мовленнєвих дій відповідно до тактико-стратегічної лінії мовленнєвої поведінки, що зрештою

приведе до реалізації комунікативної цілі, тобто досягненню перлокутивного ефекту.

Проте, не завжди комунікативні ситуації провокаційного мовлення протікають легко і без ускладнень, оскільки існують певні фактори, що спричиняють непорозуміння, викликають негативні емоційні та психологічні стани співрозмовників. Провокаційне спілкування – складний тип мовлення, який потребує мобілізації інтелектуальних та вольових сил співрозмовників. Не треба забувати про те, що в будь-якій комунікативній ситуації можна натрапити на реципієнта, який є більш підготовленим до розмови і в кращій психологічній формі, який може розпізнати приховані мотиви і цілі адресанта-провокатора, тоді провокація може призвести до комунікативної невдачі.

Розглянемо приклад комунікативної невдачі у кооперативній ситуації провокаційного мовлення інституційного типу дискурсу, а саме розмову двох колег:

[TORRES: *Here are the articles for Carolyn Hollin and her father.* GILLIAN: *Thanks. Now, get back to helping Lightman. Whatever he needs.* TORRES: *Uh...This suicide thing...?* GILLIAN: *What about it?* TORRES: *Well, I saw him watching the film of that woman Louise Mason, and Loker told me how she was a patient of Lightman's professor.* GILLIAN: *Yeah?* TORRES: *I saw him looking at her, and he showed guilt all over his face.* GILLIAN: *Just because you can see everything, doesn't mean you understand it.* TORRES: *I don't think she was his professor's patient. I think she was his patient. What if he's the one who... who didn't see it and let her off the psych ward?* GILLIAN: *Leave it alone*]. (6)

Цей приклад ілюструє розмову між колегами Торрес (провокатор) та Джілліан (реципієнт), які працюють у корпорації "The Lightman Group", що займається виявленням брехні у людей, базуючись на візуальних проявах підсвідомих людських емоцій. Напередодні Торрес застала свого боса Кела Лайтмана за переглядом відеоплівки, на якій був запис розмови із пацієнткою психікарні і помітила, що він був досить засмучений. Після розмови із своїм колегою Локером, вона дізналась, що це була Луїза Мейсон – пацієнтка професора, у якого, власне, навчався її бос Лайтман. Поставивши собі за комунікативну мету дізнатись подробиці про стосунки Луїзи та Кела, Торрес звернулась до Джілліан, оскільки вона є близькою подругою Кела Лайтмана, крім

того вони довго працюють разом. Провокатор (Торрес) вдається до стратегії випитування, яка реалізується у тактиці наведення власних припущень та розмірковувань (1) *Well, I saw him watching the film of that woman Louise Mason, and Loker told me how she was a patient of Lightman's professor;* 2) *I don't think she was his professor's patient. I think she was his patient. What if he's the one who... who didn't see it and let her off the psych ward?*), сподіваючись, що реципієнт (Джилліан) підтримає розмову і поділиться інформацією про їхнього боса. Проте, реципієнт розпізнає приховані мотиви провокатора і, не бажаючи надавати інформацію, вибудовує свою мовленнєву поведінку відповідно до свого стратегічного плану. Адресат імпліцитно (1) *Just because you can see everything, doesn't mean you understand it*), а згодом і експліцитно (*Leave it alone*) натякає, що їй не слід займатись цією справою. Провокатор намагається вибудовувати комунікативний акт у гармонійному, кооперативному руслі, притримуючись усіх максим принципу Кооперації (максими кількості, якості, відношення та манери) та принципу Ввічливості. Як видно, серед мовленнєвих актів домінують репрезентативи, ілокутивна сила яких полягає у ствердженні інформації, що є закономірним, оскільки допомагає у реалізації стратегічного плану провокатора. Отже, попри все це комунікативна ситуація завершується невдачею, оскільки реципієнт здогадався про комунікативний намір провокатора, а саме випитування і не відреагував на провокацію, а отже адресант-провокатор не досяг перлокутивного ефекту, тобто результату на який були скеровані його мовленнєві дії.

Основою провокаційного спілкування є мовленнєвий вплив – мовленнєва дія адресанта-провокатора, спрямована на зміну поведінки, психологічних станів, свідомості адресата, оцінки ним певного явища тощо. Іншими словами, у процесі спілкування провокатор намагається вплинути на реципієнта за допомогою мови задля досягнення поставленої комунікативної мети. Правильний вербальний вплив забезпечує провокатору успішність його мовленнєвої діяльності. Важливим елементом провокаційного впливу є комунікативна позиція провокатора – ступінь комунікативної авторитетності, впливовості мовлення адресанта по відношенню до реципієнта. Важливо зауважити, що комунікативна позиція мовця може змінюватися під час спілкування в межах однієї комунікативної ситуації, тобто провокатор і реципієнт

можуть помінятися комунікативними позиціями і провокація може стати провокацією для самого ж провокатора.

Наприклад:

[ANDREW JENKINS: *What's on your mind?* CAL: *Nothing.* ANDREW JENKINS: *Oh, come on. Ask.* CAL: *I don't get it. I mean, I don't, I-I, I don't get it. Why'd you have to blind them? I mean, it seems a bit excessive, you know?* ANDREW JENKINS: *Oh, come on, that's an easy one. No eyes, they can't identify me after.* CAL: *How'd you get caught, then?* ANDREW JENKINS: *Busted tail light. I had a girl in the trunk. Almost talked my way out of it, even with her screaming back there.* CAL: *You-you're that good, are you?* ANDREW JENKINS: *Yeah. But you aren't.* CAL: *Excuse me?* ANDREW JENKINS: *Different costume, same game.* CAL: *Now you've lost me.* ANDREW JENKINS: *Who are you? 'Cause you're not a cop killer.* CAL: *That's what I keep telling my lawyer.* ANDREW JENKINS: *No. You're a fraud. Who sent you in here? Special Agent Reynolds?* CAL: *Well, it was worth a shot. Cal Lightman. How do you do?* ANDREW JENKINS: *And you want to know what I know about my friend, the copycat.* CAL: *Yeah, something like that, yeah.* ANDREW JENKINS: *How come nobody's tried to bribe me?* CAL: *What would it take? (POLICEMEN RUSHED INTO THE ROOM. CAL TO THEM) All good. It's very civil. Right. (TO JENKINS) What would it take?* ANDREW JENKINS: *You know what I like? Chocodiles. I'd like a box a week.* CAL: *All right, it's a deal.* ANDREW JENKINS: *Yeah, I'm gonna need that in writing*]. (7)

Наведений вище приклад ілюструє конфліктно-кооперативну ситуацію провокаційного спілкування інституційного типу дискурсу. Це – розмова між Келом Лайтманом (провокатор), який допомагає ФБР у розслідуванні справи про серійного маніяка і Ендрю Дженкінсом (реципієнт), який власне і є цим маніяком. Дженкінс сидить у в'язниці, проте на волі з'явився його послідовник-імітатор, який діє його ж способом. Працівники ФБР розуміють, що послідовником керує Дженкінс, не зважаючи на те, що він перебуває за ґратами. Для того, щоб дізнатись правду у в'язницю відправляють Кела під виглядом злочинця, який начебто потрапив туди за вбивство мільйонера. Спершу Кел займав позицію вичікування, адже довіру Дженкінса не так просто завоювати, оскільки він є соціофобом й патологічним брехуном, який і обман інших людей легко розпізнає, але з часом вони почали спілкуватись. Ця комунікативна ситуація провокаційного мовлення

є прикладом комунікативної невдачі. Поставивши собі за комунікативну мету дізнатись все про скоєнні насилля Дженкінса та його імітатора, провокатор (Кел) намагається розговорити реципієнта, вивести його на відверту розмову. Для цього на початковій стадії розмови провокатор переважно застосовує директиви – мовленнєві акти, що мають імперативну ілокутивну спрямованість і включають запитання, які спонукають слухача до здійснення асертивного мовленнєвого акту (спеціальні та розділові запитання: 1) *Why'd you have to blind them?* 2) *How'd you get caught, then?* 3) *You-you're that good, are you?*). На перший погляд розмова протікає спокійно, реципієнт надає провокатору інформацію (1) *Oh, come on, that's an easy one. No eyes, they can't identify me after;* 2) *Busted tail light. I had a girl in the trunk. Almost talked my way out of it, even with her screaming back there*). Як видно, спогади про скоєні злочини приносять адресату задоволення, про що свідчать невербальні засоби, які супроводжують його вербальні дії, а саме оптико-кінестичні. Мімічні вирази обличчя, а саме посмішка та дещо підняте підборіддя демонструють почуття гордості. Проте, реципієнт виявився проникливим співрозмовником. Давно здогадавшись про приховані наміри провокатора, він на початку розмови просто підіграє провокатору і надає йому саме ту кількість інформації, якою він бажає ділитись. Згодом, вдаючись до стратегії випитування, реципієнт реалізує свою комунікативну мету, а саме вивести провокатора на чисту воду за допомогою прямих запитань (1) *Who are you? 'Cause you're not a cop killer.* 2) *You're a fraud. Who sent you in here? Special Agent Reynolds?*). Тобто, замість того, щоб "розкусити" реципієнта, адресант-провокатор опиняється на місці реципієнта, який виявився більш сильним у комунікативному сенсі співрозмовником і розпізнав всі приховані інтенції. Отже, комунікативні позиції мовців міняються. Провокатор (Кел) вдається до стратегії ухилиння (1) *Excuse me?* 2) *Now you've lost me;* 3) *That's what I keep telling my lawyer*), усвідомлюючи послаблення своєї комунікативної позиції та мовленнєвого впливу, проте піддається на провокацію реципієнта, тим самим отримує поразку у цьому комунікативному двобої (*Well, it was worth a shot. Cal Lightman. How do you do?*). Таким чином, ця комунікативна ситуація є прикладом зворотної провокації, тобто провокації проти самого провокатора. Недостатньо продуманий стратегічний план провокатора призводить до комунікативної невдачі, недосягнення

перлокутивного ефекту, натомість висока стратегічна компетенція та комунікативний досвід реципієнта допомагає йому реалізувати свою комунікативну мету.

Зауважити, що внутрішнім мотивом провокаційного мовлення є отримання правдивої інформації, тому важливим є вибір обізнаної в певній сфері, компетентної людини, в іншому ж випадку провокація може призвести до комунікативної невдачі адресанта. Проаналізуємо такий приклад:

[CAROLYN HOLLIN: *It's sad how my father's become the scapegoat for this country's problems. He didn't cause the recession. GILLIAN: No, he didn't. CAROLYN HOLLIN: He's one man who made a mistake. Now it's going to haunt our family forever. GILLIAN: You worked right by his side. I'm sure you're upset he lied to you, too. I know what it's like to be disappointed by a father. Mine drank his way through my childhood and then spent the rest of his life trying to make it up to me. CAROLYN HOLLIN: Don't try to analyze me or my father. You don't know anything about us. GILLIAN: He's still hiding some of the money for you and your children, isn't he? CAROLYN HOLLIN: Of course not. GILLIAN: You're telling the truth. So, what's he hiding? CAROLYN HOLLIN: Nothing. But no one will believe him. They want to crucify him. They call him the Hitler of Wall Street]. (6)*

Наведений приклад ілюструє комунікативну невдачу у конфліктній ситуації провокаційного мовлення інституційного типу дискурсу. Це бесіда Керолін Холін (реципієнт), батька якої підозрюють у відмиванні коштів із благодійного фонду, і психолога Джіліан (провокатор), яка допомагає слідству в розкритті цієї справи. Під час фінансової кризи компанія батька Керолін збанкрутувала і потрібно з'ясувати чи насправді не привласнив він кошти, що належали благодійному фонду. Під час розмови з ним виявилось, що він щось приховує. Поставивши за мету дізнатись правду про махінації та відмивання коштів, Джіліан (адресант-провокатор) вирішує поговорити з його дочкою Керолін (реципієнт), яка, можливо, щось знає. Провокатор намагається вплинути на емоційний стан, викликати почуття довіри та солідарності (*I'm sure you're upset he lied to you, too*), вивести реципієнта на відверту розмову, поділившись власним досвідом (*I know what it's like to be disappointed by a father. Mine drank his way through my childhood and then spent the rest of his life trying to make it up to me*). Провокатор у доброзичливій формі веде бесіду,

дотримуючись принципу Етикетності, проте дещо порушуючи принцип Кооперації, а саме максиму кількості та відношення. Так, адресант-провокатор дещо відхиляється від теми на зауваження про власного батька і його висловлювання містить більше інформації, аніж потрібно, але це є частиною тактико-стратегічного плану провокатора. Натомість, реципієнт налаштований на некооперативне спілкування, пов'язане з негативним психоемоційним станом, адже її батькові загрожує арешт. У комунікативній ситуації простежується також порушення комунікативних норм і правил поведінки з боку адресата. Реципієнт реагує досить агресивно, оскільки спрацьовує захисна реакція, викликана втручанням у його приватну сферу (*Don't try to analyze me or my father. You don't know anything about us*), намагається всіляко заперечити будь-який факт причетності її батька до махінацій із коштами (1) *He didn't cause the recession*; 2) *Nothing. But no one will believe him*) і виправдати його (*He's one man who made a mistake*), досить часто використовуючи заперечні, рідше наказові речення. Серед мовленнєвих актів, що вживаються в комунікативній ситуації переважають експресиви, ілокутивна мета яких полягає у вираженні почуттів та емоцій, що є не випадковим, оскільки передає психологічний стан мовців, асертиви (репрезентативи) та комісиви. Не зважаючи на кооперативну спрямованість мовленнєвого акту зі сторони провокатора, це все ж не призводить до реалізації його комунікативної мети і він зазнає комунікативної невдачі. Провокатору не вдається досягти потрібної мовної реакції з боку партнера по комунікації, оскільки він і справді не володіє інформацією, де знаходяться відмиті кошти, а лише викликає у реципієнта емоції роздратування та агресії.

Отже, комунікативна невдача провокаційного мовлення – це негативний результат процесу інформаційного обміну, коли реципієнт здогадується про істинні наміри та інтенції провокатора і, як наслідок, останній не досягає своєї комунікативної цілі. До причин виникнення комунікативних невдач, яких зазнає адресант-провокатор, належать, в першу чергу, суб'єктивний фактор, тобто небажання реципієнта ділитись певною інформацією; по-друге, легковажне ставлення провокатора до комунікативної позиції реципієнта, тобто до рівня його комунікативної компетенції, емоційного та психологічного стану, оскільки в процесі провокаційного спілкування можна натрапити як на необізнаного комуніканта, який просто може не володіти бажаною для

провокатора інформацією, так і на значно вправнішого співрозмовника, і тоді провокація набуває зворотного характеру; по-третє, не чітко сформований стратегічний план, коли провокатор обирає хибні та неефективні способи мовленнєвого впливу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бацевич Ф.С.* Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф.С. Бацевич. — 2-ге вид., доп. — К. : ВЦ "Академія", 2009. — 376с. (Серія "Альма-матер")
2. *Славова Л.Л.* Типологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови" / Людмила Леонардівна Славова; Київ. держ. лінгв. ун-т. — К., 2000. — 18 с.
3. *Стернин И.А.* Введение в речевое воздействие [Текст] / И.А. Стернин. — Воронеж: Кварта, 2001. — 252 с.
4. *Формановская Н.И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. — М.: Русский язык, 2002. — 216 с.
5. *Яшенкова О.В.* Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.В. Яшенкова. — К.: ВЦ "Академія", 2010. — 312 с. (Серія "Альма-матер")
6. Lie to me [Electronic resource] Режим доступу: <http://lie-to-me.hypnoweb.net/guide-episodes/saison-1/episode-108>
7. Lie to me [Electronic resource] Режим доступу: <http://lie-to-me.hypnoweb.net/guide-episodes/saison-1/episode-112>

Стаття надійшла до редакції 21.04.13

Мельник И.В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

ПРИЧИНЫ КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ В ПРОВОКАЦИОННОЙ РЕЧИ

В статье рассматривается понятие коммуникативной неудачи. Исследуется явление провокативной речи. Анализируются основные причины возникновения коммуникативных неудач в провокационной речи.

Ключевые слова: *провокационная речь, коммуникативная неудача, провокатор, реципиент, речевое воздействие.*

Melnyk I.V. postgraduate student,
Institute of philology Taras Shevchenko National University of Kyiv

**THE REASONS OF THE COMMUNICATIVE
BREAKDOWNS
IN THE PROVOCATIVE SPEECH**

The article deals with the notion of communicative breakdown. The phenomenon of provocative speech is investigated. The main reasons of its appearance within provocative speech are analyzed.

Key words: provocative speech, communicative breakdown, provocateur, recipient, speech influence.

УДК 811.111.81'25:81'37

Мельник А.В., студ.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

**ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ПРИСЛІВ'ІВ ТА ПРИКАЗОК
У ПЕРЕКЛАДІ ТЕКСТІВ ДИТЯЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ
(НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ К. С. ЛЬЮІСА
"КІНЬ ТА ЙОГО ХЛОПЧИК"
І ЙОГО УКРАЇНСЬКОМОВНИХ ВЕРСІЙ)**

Предметом дослідження цієї статті є переклад прислів'їв і приказок у текстах дитячої літератури, зокрема зумовленість вибору прийомів перекладу цих одиниць їхньою функціональною та лінгвостилістичною специфікою.

Ключові слова: *прислів'я/приказки, художній дискурс, переклад, псевдоприказковий відповідник, частковий приказковий відповідник.*

Прислів'я та приказки часто використовуються під час написання художніх творів для дітей, адже завдяки своїй стислості, дотепності та смисловій місткості вони дозволяють вкласти великий обсяг інформації у короткий вислів. Крім того, дослідники також відзначають здатність прислів'їв та приказок "додавати висловлюванню експресивності й емоційної забарвленості" [Schellheimer 2012, 132] (тут і далі переклад наш – М. А.), що дозволяє утримувати інтерес маленьких читачів до твору. Автори дитячої літератури зазвичай вживають різноманітні фразеологічні одиниці, зокрема прислів'я та приказки, "навмисно й свідомо"