

14. Пахомова И. В. Метафорическое представление концепта «еда/пища» в английской языковой картине мира новоанглийского периода : автореферат на соискание уч. степ. канд. филолог. наук : спец. 10.02.04 – “Германские языки” / И. В. Пахомова. – Санкт-Петербург, 2003. – 21 с.

15. Пожидаева Е. В. Языковая личность в ситуации мультикультурализма (на материале английской гастрономической концептосферы) / Е. В. Пожидаева // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». – 2012, № 24. – Выпуск 4. – С. 121–128.

16. Приймак О. О. Відономастичний словотвір у сфері термінології та номенклатури (на матеріалі кулінарної лексики) : автореферат на здобуття наук. ступ. канд. філолог. наук : спец. 10.02.01 – “Українська мова” / О. О. Приймак – Харків, 2002. – 18 с.

17. Савельева О. Г. Концепт еда как фрагмент языковой картины мира : лексико-семантический и когнитивно-прагматический аспекты : На материале русского и английского языков : автореферат на соискание уч. степ. канд. филолог. наук : спец. 10.02.19 – теория языка / Ольга Геннадиевна Савельева. – Краснодар, 2006. – 20 с.

УДК 811.111/007

Мельник І.В. (Кам'янець-Подільський)

## ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ НАТЯКУ В КООПЕРАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ ПРОВОКАЦІЙНОГО МОВЛЕННЯ

*Розглядаються особливості мовної реалізації стратегії натяку в кооперативних (гармонійних) комунікативних ситуаціях провокаційного мовлення.*

**Ключові слова:** кооперативна комунікативна ситуація, провокація, провокатор, реципієнт, стратегія, тактика, натяк.

*Рассматриваются особенности речевой реализации стратегии намёка в кооперативных (гармоничных) коммуникативных ситуациях провокационной речи.*

**Ключевые слова:** кооперативная коммуникативная ситуация, провокация, провокатор, реципиент, стратегия, тактика, намек.

*The article deals with the hint as a communicative strategy used in the communicative situation of the provocative speech.*

**Key words:** cooperative communicative situation, provocation, provocateur, recipient, strategy, tactics, hint.

Комунікація асоціюється з інформаційним обміном і є спільною інтерактивною діяльністю її учасників, спрямованою на досягнення конкретних мовленнєвих цілей. Своєрідність комунікативних процесів зумовлює існування різноманітних типів комунікації. Спілкуючись, мовець може передавати інформацію про навколишній світ, виражати позитивні або негативні почуття, стимулювати будь-які дії з боку слухача, змушувати інших щось робити, впливати на емоційний стан співрозмовників тощо. Наше дослідження присвячене особливому типу спілкування, внутрішньо розрахованому на отримання відповідної інформації, коли мовець говорить не для того, щоб передати певну інформацію, а, навпаки, для її отримання, іншими словами — ми можемо говорити про „випитування” інформації. Цей вид комунікації залишається в лінгвістиці мало вивченим, що й зумовило **актуальність** цієї статті.

Процес спілкування — це „не лише вплив адресанта на адресата (мовця на слухача) для отримання певного результату (повідомлення інформації, отримання певних даних, спонукання до дії тощо), але й їх взаємна діяльність, тобто взаємодія, що передбачає результат для обох комунікантів” [3, с. 140]. Спілкування є тим природним середовищем, в якому учасники процесу комунікації реалізують себе, досягають (або не досягають) своїх цілей, змістом яких є певні реакції співрозмовників. Ефективність спілкування вимірюється планованими чи непланованими результатами.

Провокаційне спілкування — складний, цілеспрямований процес інформаційного обміну між провокатором та реципієнтом, що реалізується за допомогою вербальних і невербальних засобів комунікації, характеризується певною метою, задумом провокатора з урахуванням особистості адресата, контексту спілкування й супроводжується взаємодією співрозмовників, встановленням емоційного контакту та зворотного зв'язку між ними тощо. Провокаційне мовлення, як будь-який тип спілкування, відбувається в рамках комунікативної ситуації, тобто тих “обставин, що диктують суб'єкту мовлення певний стиль мовленнєвої поведінки” [2, с. 17].

**Мета** цієї статті — розглянути особливості вираження стратегії натяку у кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення як типу комунікації. **Об'єктом** виступає стратегія натяку, **предметом** — її мовна реалізація в структурі кооперативної комунікативної ситуації провокаційного спілкування. **Матеріалом** слугує фрагмент комунікативної ситуації провокаційного мовлення зі скрипту англійського (американського) серіалу „Private practice”. **Наукова новизна** дослідження полягає в поглибленому вивченні провокаційного мовлення як виду спілкування.

Провокація є інструментом мовленнєвого впливу для отримання бажаної інформації. Задля цього провокатор намагається спрогнозувати та спланувати свою комунікативну поведінку так, щоб досягти бажаного результату. Адекватно обрана стратегія спілкування дозволяє адресанту-провокатору досягти того комунікативного ефекту, якого він прагне. Від цього залежить успішність або неуспішність комунікації в цілому. Оскільки, вступаючи в комунікацію, провокатор орієнтується на її успіх, то він намагається максимально реалізувати свої комунікативні наміри і, як наслідок, змушений обирати ефективні стратегії, тактики та відповідні мовленнєві засоби для їх реалізації.

В ситуаціях провокаційного мовлення задля досягнення комунікативної цілі виникає необхідність та потреба в налагоджуванні кооперативної (гармонійної) міжособистісної взаємодії. Кооперативна комунікація, на відміну від конфліктної, пов'язана з дотриманням правил (принципів) мовленнєвого спілкування, основу яких складає Принцип Кооперації П. Грайса та відповідні йому максими спілкування [7], а також Принцип Ввічливості (Етикетності) Дж. Ліча [8]. Саме дотримання Принципу Ввічливості створює атмосферу позитивної міжособистісної взаємодії та забезпечує сприятливий фон для реалізації комунікативних стратегій і тактик.

У рамках кооперативної комунікативної взаємодії основною інтенцією провокатора є досягнення комунікативної мети при врахуванні інтересів співрозмовника й досягненні співробітництва. Іншими словами, провокатор реалізує власні наміри, при цьому зберігає нормальні міжособистісні стосунки з партнером по комунікації. Необхідно створити комунікативний контакт зі своїм співрозмовником, сприятливий мікроклімат, адже атмосфера взаєморозуміння позитивно впливає на хід комунікації.

Першорядними й вирішальними для кооперативних комунікативних ситуацій провокаційного мовлення, по відношенню до інших складових ефективної комунікації, ми вважаємо емоційний стан та емоційну налаштованість учасників комунікативного процесу. Оскільки мова є вираженням внутрішнього стану людини в конкретний момент, то саме емоційний стан визначає, що і як комунікант буде говорити і сприймати. У зв'язку з цим, можна сказати, що емоційний стан є важливим фактором, який визначає успішність чи неуспішність комунікації в цілому [1, с. 12]. Тобто, якщо провокатор створює для реципієнта позитивне емоційне середовище, то, відповідно, адресат легше і швидше буде йти на контакт і взаємодіяти з провокатором.

Вміння успішно будувати комунікативний процес при збереженні гармонійної інтеракції є невід'ємною частиною комунікативної компетенції провокатора. Кооперативна ситуація спілкування характеризується симетричними відношеннями між комунікантами, партнерством, балансом комунікативних статусів, ефективністю й оптимальністю спілкування, ввічливістю з боку провокатора. Провокатор ставиться до реципієнта як до рівноправного партнера по комунікації, з яким варто рахуватися. Такі стосунки хоча й рівноправні, проте обережні, засновані на згоді інтересів і намірів, адже провокатор, насамперед, прагне реалізувати свій комунікативний задум, а кооперативний тип комунікативної поведінки допомагає йому в цьому.

Існують випадки, коли для гармонізації інформаційного обміну і для досягнення очікуваного перлокутивного ефекту, а саме отримання бажаної інформації, провокатору необхідно враховувати різні підходи, які більшою чи меншою мірою відповідають комунікативній ситуації, оскільки мовленнєва діяльність ґрунтується на надмовленнєвих цілях.

У процесі провокаційної комунікації для досягнення бажаного результату і збереження балансу спілкування провокатор може використати принцип натякання, тобто висловитися з певного приводу чи питання, що не повністю розкриває його зміст, а лише створює умови для здогадування з боку реципієнта. Іншими словами, провокатор не буквально висловлює певну думку для того, щоб реципієнт, у якийсь спосіб, вербально відреагував на неї. Натяк є прикладом непрямой комунікації, "феноменом імпліцитної семантики". Досліджуючи натяк, Р.В. Хвоцєвський сформулював таке визначення: "Натяк – це мовленнєва стратегія, яка полягає в не буквальному вираженні комунікативно ризикованих ілокутивних функцій висловлювання" [5, с. 9]. Основна ціль антиконфліктної стратегії натяку полягає в регулюванні рівня емоційного впливу на реципієнта. Адресант намагається вербально дещо "згладити" ситуацію, не висловлюючись прямо, та імпліцитно мотивувати реципієнта до мовленнєвих дій, бажаних для провокатора.

Розглянемо приклад реалізації стратегії натяку в кооперативній комунікативній ситуації провокаційного мовлення:

[In the canteen] SHELDON: It's good, isn't it? See, this is fortuitous, finding you here. We need to talk, and you've been avoiding. Avoidance isn't good for anyone, Violet. VIOLET: I'm not avoiding you, Sheldon. I've been very busy, and I have a patient waiting. (Violet is starting to leave, but she notices Cooper). Hey, Cooper, you going back up? COOPER: Oh, good, you guys are talking. At least someone's talking. SHELDON: In fact we're not talking. VIOLET: We're talking, Sheldon. I love talking to you. I love spending time with you. I'm just... SHELDON: Busy. I know. COOPER (noticing kids playing): Cute kids. Over there, Sheldon. (Cooper winks at Violet) SHELDON: Ah. COOPER: Don't you think? SHELDON: I guess. In small doses. I'm not really a kid person. They don't seem to like me. COOPER: So you don't have kids of your own? SHELDON: No. God, no. Thankfully. COOPER: You must see them in your practice. I bet you're great with them. SHELDON: You know what I find? I'm okay with kids. In short bursts. Beyond that... Well, it's not a problem, is it? (Violet smiles)] [9].

Наведений приклад ілюструє реалізацію провокації в кооперативній комунікативній ситуації побутового дискурсу й носить неофіційний характер. Розмова відбувається між Шелдоном та Вайолет, які зустрічаються. Вайолет, дізнавшись напередодні, що вона вагітна, неоднозначно на це реагує і, тим більше, не знає як на таку новину відреагує її хлопець, Шелдон, тому намагається уникати його. Згодом до розмови долучається Купер, який, власне, виступає провокатором у даній розмові. Він є близьким другом дівчини і знає про її вагітність. Адресант-провокатор (Купер) для реалізації провокації обирає стратегію натяку, що відповідає його

комунікативній меті: делікатно дізнатись, чи в Шелдона є діти і його ставлення до них, оскільки Шелдон не здогадується, що його дівчина вагітна. Дана комунікативна стратегія чітко відповідає ситуативній обстановці, яка склалась, адже неподалік гралися діти. Провокатор скористався ситуативним контекстом і, тим самим, проявив себе як спостережливий і кмітливий комунікант.

Обрана стратегія натяку реалізується за допомогою таких мовленнєвих тактик:

— тактика звернення уваги (акцентування) (*Cute kids. Over there, Sheldon*), яка виражається стверджувальним реченням і підсилюється прислівником *over there*. Провокатор намагається привернути увагу реципієнта до дітей, які гралися неподалік. Саме ця тактика виявилась ключовою у даній комунікативній ситуації. Провокатор реалізує комунікативну мету, адже реципієнт одразу надає інформацію щодо його ставлення до дітей. У подальшому ході розмови провокатор розвиває задану тему;

— тактика випитування (*So you don't have kids of your own?*), що виражається за допомогою *declarative/suggestive question* [4, с. 662]. Удаючись до цієї тактики, провокатор намагається вивідати побільше інформації у реципієнта.

Провокація реалізується кооперативним способом за допомогою ствердження “*Cute kids. Over there, Sheldon*”, яке імпліцитно спонукає реципієнта вербально реагувати: “*I guess. In small doses. I'm not really a kid person. They don't seem to like me. I'm okay with kids. In short bursts*”. Висловившись нейтрально, провокатор отримав потрібну інформацію, утримуючись при цьому в руслі ввічливого спілкування. Провокація виражена непрямим мовленнєвим актом і несе в собі імпліцитний смисл повідомлення, притаманний стратегії натяку, оскільки натяк у ході дискурсивно-мовленнєвої взаємодії мовця й адресата конструюється як інтендована імпліцитна пропозиція [2, 5].

У даному випадку натяк залишився не розпізнаним для реципієнта, позаяк він просто відповів на запитання, яке йому поставили, не розпізнавши приховану інтенцію провокатора. Натяк провокатора зрозуміли лише сам провокатор (Купер) і третій учасник діалогу (Вайолет), що видно з невербальних індикаторів, чого, власне, і намагався досягти провокатор. Невербальні засоби невід’ємні для реалізації комунікативної стратегії натяку й відіграють допоміжну роль. Невербальні засоби вираження провокації реалізовані кінетичних способом, що включає комунікативно значущий погляд, контакт очима (підморгування). Ознака успішної провокації — невербально виражена посмішка Вайолет, що є жестом схвалення, оскільки комунікативна мета була досягнута, тобто реципієнт надав потрібну інформацію.

Унаслідок того, що провокація реалізується кооперативним способом, а провокатор наслідує принципи Ввічливості та Кооперації, дотримується комунікативного балансу та рівноваги, реципієнт легко йде на контакт і надає інформацію, яку чекає від нього провокатор. Саме це зіграло вирішальну роль, оскільки в наведеній кооперативній ситуації реципієнт охоче надає інформацію, почувається безпечно, невимушено веде бесіду, не задумуючись про те, як слід відповідати на запитання, аби не сказати зайвого чи якимось не нашкодити собі.

Отже, стратегія натяку, мета якої — отримати потрібну провокатору інформацію, реалізується завдяки позитивному налаштуванню та кооперативному впливу. Провокатор дотримується комунікативних правил і толерантно стимулює мовленнєву діяльність адресата. Реципієнт, у свою чергу, не відчуваючи жодних незручностей, охоче надає інформацію, тобто піддається на провокацію. Для досягнення комунікативної мети в кооперативних ситуаціях провокаційного спілкування провокатору слід, насамперед, гармонізувати інтерактивний процес, відповідно спланувати свою мовленнєву діяльність і створити такі умови, за яких реципієнт невимушено, природно надавав інформацію. Стратегічним наміром провокатора, в рамках кооперативного спілкування, є не лише реалізація прагматичної мети, а, насамперед, встановлення симетричного зв'язку з реципієнтом, злагоженості у спілкуванні.

#### Список літератури:

1. Барташова О.А., Полякова С.Е. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в ситуациях деловой коммуникации : Учебное пособие. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 48 с.
2. Белозорова О. М. Дискурсивні властивості мовленнєвого акту натякання (на матеріалі сучасної німецької мови) автореф. дис. На здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 “Германські мови”/ О. М. Белозорова – Х. 2007. – 20 с.
3. Гурочкина А. Г. Когнитивный и прагматический аспекты функционирования языковых единиц в дискурсе : [учеб. пособие для вузов по направлению 540300 (050300) "Филол. образование"] / А. Г. Гурочкина., Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб. : Изд-во РГПУ, 2005. – 102 с.
4. Малікова О.В. *Modern English Theoretical Grammar: University course* // О.В. Малікова *Textbook for English language students and researchers*. К.: Publishing house “Kyiv university”, 2010. 704 p.
5. Хвощевський Р.В. Натяк як мовленнєва стратегія (на матеріалі суч. фр. мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 “Романські мови” / Р.В. Хвощевський – Київ, 2002. – 20 с.
6. Шевченко И.С. Основы теории языковой коммуникации : учеб. пособие для студ. ф-та «Референт-переводчик» / И.С. Шевченко; Нар. укр. акад. – Х. : Изд-во НУА, 2008. –168 с.
7. Grice H.P. *Logic and Conversation* / H. P. Grice // *Syntax and Semantics* / ed. by P. Cole, J. Morgan. – N.Y. : Academic Press, 1975. – Vol. 3. – P. 41–58.
8. Leech G. *Principles of Pragmatics* / G. Leech. – L., N.Y. : Longman Linguistic Library, 1983. – 250 p.
9. Private practice [Electronic resource] – access mode: [http://www.addic7ed.com/serie/Private\\_Practice/2/14/Second\\_Chances](http://www.addic7ed.com/serie/Private_Practice/2/14/Second_Chances).