

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-9-73-71>

УДК 811.111/007

Мельник І.В.

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ОСОБЛИВОСТІ СИТУАТИВНОГО КОНТЕКСТУ ПРОВОКАЦІЙНОГО МОВЛЕННЯ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню ситуативному контексту провокаційного мовлення. Зазначено підходи лінгвістів до визначення та структури комунікативних ситуацій. У роботі проаналізовано складові елементи комунікативних ситуацій провокаційного мовлення, які включають провокатора та реципієнта як основні елементи. Зазначається, що комунікативна мета та інтенції співрозмовників знаходяться втілення у комунікативних стратегіях і тактиках, які реалізуються вербальними та невербальними засобами. Важливою складовою ситуативного контексту інтеракції є її направленість на конфлікт чи кооперацію, дотримання чи навмисне порушення провокатором принципів Кооперації та Ввічливості. Крім того, слід враховувати локально-темпоральні параметри, сферу спілкування, а також стосунки між учасниками комунікації тощо.

Ключові слова: комунікативна ситуація, ситуативний контекст, провокатор, реципієнт, провокаційне мовлення.

Melnyk Iryna

Kamianets-Podilsky Ivan Ohienko National University

THE PECULIARITIES OF THE COMMUNICATIVE CONTEXT
WITHIN PROVOCATIVE SPEECH

Summary. The article deals with the communicative context and highlights the structural elements of the communicative situations within provocative speech. The provocative speech is considered as an intellectual and speech action of a speaker and a speech influence strategy. Provocation is defined here as a provocateur's action who intends to obtain (provoke) necessary verbal reaction from the recipient. This type of communication still remains unexplored in full by the linguists. The person who provokes is called a provocateur; the one who is provoked is called a recipient. These two are regarded as the key elements of the provocative interaction. The provocateur is considered as an active speaker whose main task is to plan the communicative process, choose appropriate strategies and tactics as well as verbal and nonverbal markers of their realization in order to implement effective communication. The recipient takes an active part in the communicative process in correspondence with his/her strategic planning. Another important element of the communicative situation is conflict vs. cooperation direction of the communication itself as well as keeping or breaching communicative principles i.e. Grice's cooperative principle and Leech's politeness principle. It is important to mention that both keeping and intended breaching of the principals can lead to effective communication depending on the provocateur's strategic planning. Moreover, the right moment, place, atmosphere, the relations between interlocutors, their social statuses and the additional information about each other matter as well when talking about the effective provocation.

Keywords: communicative situation, communicative context, provocateur, recipient, provocative speech.

Постановка проблеми. Процес провокаційного спілкування як будь-який тип комунікації завжди перебуває під впливом ситуативного контексту, тобто обставин, в яких відбувається спілкування, а саме місця і часу, що впливають на зміст та якість інтеракції; соціальних та культурних відмінностей партнерів, природи стосунків між комунікантами тощо. Таким чином, знання ситуативного контексту є необхідним для побудови успішної комунікації, адже використовуючи свій комунікативний досвід і володіючи обставинами спілкування провокатор може їх вдало використати для досягнення своєї мети, на яку скерована його комунікативна діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення комунікативних ситуацій та ситуативного контексту посідає важливе місце в сучасній комунікативній лінгвістиці, про що свідчить чимала кількість досліджень. Зокрема, Ф.С. Бацевич під комунікативною ситуацією розуміє конкретну ситуацію спілкування, в яку входять партнери по комунікації і яка спонукає її учасників до міжособистісної інтеракції; визначає мовленнєву поведінку, способи

реалізації комунікативної інтенції (стратегію, тактику комунікації тощо) [2, с. 355]. На думку Н.І. Формановської комунікативна ситуація – це складний комплекс зовнішніх умов спілкування та внутрішніх станів комунікантів, втілених у мовному висловлюванні, дискурсі. Цей комплекс, з однієї сторони, породжує мовлення, а з іншої – відображається в мовленні в своїх істотних компонентах [5, с. 42]. Отже, комунікативна ситуація – це ситуація в якій протікає процес обміну інформації між особами, що беруть участь у спілкуванні переважно за допомогою вербальних засобів комунікації для досягнення певної комунікативної мети.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на те, що комунікативні ситуації є предметом багатьох лінгвістичних праць, проте дослідження ситуативного контексту у межах провокаційного мовлення досі не проводилось.

Мета статті. Головна мета цієї роботи полягає у дослідженні особливостей ситуативного контексту провокаційного мовлення.

Виклад основного матеріалу. У сучасній лінгвістичній науці існує безліч точок зору щодо

структурних компонентів комунікативних ситуацій, проте істотних розбіжностей між ними немає. Ще Аристотель в «Риториці» вказував, що «мовлення складається з трьох елементів: із самого оратора, з предмету про який він говорить і особи, до якої він звертається» [1, с. 25].

В.Г. Гак виділяє в структурі ситуації: 1) мовця; 2) його адресата; 3) пресупозицію як фонд загальних знань; 4) комунікативні наміри (інтенції); 5) цілі спілкування як діяльнісні компоненти ситуації; 6) місце, час, обставини дійсності як предметні компоненти ситуації; 7) стосунки між комунікантами; 8) їх соціально-статусні характеристики як соціально-психологічні компоненти ситуації [5, с. 41].

Як стверджує Н.І. Формановська, в комунікативній ситуації виокремлюють наступні фази: встановлення контакту, його підтримка і припинення. У першій фазі використовуються звернення, привітання, у другій – засоби авторизації та адресації, покликані викликати увагу, інтерес, емоційні переживання тощо. У третій фазі підводяться підсумки розмови, реалізується прощання, побажання добра тощо [5, с. 41–42].

Лінгвістичний опис комунікативної ситуації припускає знання й урахування параметрів комунікативного акту й ситуації у цілому. Як зазначає К.Ф. Седов, у лінгвістичній прагматиці робиться акцент на декількох параметрах, а саме: 1) враховуються комуніканти з їх об'єктивним і суб'єктивним мовно-практичним знанням і досвідом, фоновими знаннями, метою спілкування; 2) береться до уваги набір соціальних детермінант (оскільки кожен із комунікантів у ході мовленнєвого спілкування виступає у певній соціальній ролі); 3) враховується актуальна ситуація спілкування або безпосереднє оточення комунікантів [цит. 4, с. 45; Седов].

Для будь-якої комунікативної ситуації провокаційного мовлення типовими є, перш за все, адресант-провокатор і реципієнт (адресат) як ключові елементи. Провокатор у ситуації провокаційного спілкування виступає ініціатором процесу комунікації, який, відповідно до своїх намірів та комунікативної мети, буде інтеракцію, внутрішньо розраховуючи отримати відповідну інформацію. Адресант-провокатор намагається, поклавшись на свій комунікативний досвід, фонові знання, вибудувати ситуацію таким чином, щоб реципієнт надав бажану для провокатора інформацію, іноді навіть не усвідомлюючи цього. У свою чергу, реципієнт як учасник комунікативного процесу може займати активну або пасивну позицію в процесі провокації. Адресат може приймати та декодувати інформацію, яку отримує від провокатора відповідно до своїх власних знань, оцінок, поглядів тощо. Реципієнт може вербально реагувати на неї або ні, що може призвести до комунікативної невдачі, тобто негативного результату комунікації та недосягненню провокатором перлокутивного ефекту спілкування.

Комунікація як процес соціальної взаємодії людей спрямована на досягнення конкретної комунікативної мети (цілі), тобто запланованого адресантом результату, на який скерована комунікативна діяльність [6, с. 49]. Мовна комунікація є упорядкованим явищем, яке ґрунтується на плануванні мовленнєвих дій та виборі опти-

мального способу досягнення цілей комунікантів [3, с. 10]. Провокація як мовна взаємодія розрахована на отримання інформації з боку реципієнта, а, отже, мовленнєва інтеракція керується немовленнєвими завданнями. Маючи перед собою мету і опираючись на свій комунікативний досвід, адресант-провокатор формує комунікативну інтенцію, яка знаходить своє втілення у комунікативній стратегії, що, відповідно, реалізується в мовленнєвих тактиках шляхом вживання мовних засобів та мовленнєвих тактичних ходів, а також невербальних засобів спілкування, які сприяють досягненню поставленої провокатором цілі. Провідну роль у ситуації провокаційного спілкування відіграють вербальні компоненти, що реалізують комунікативну стратегію провокатора, а також невербальні засоби спілкування, які несуть інформацію про темперамент комунікантів, їх емоційний стан під час комунікативного акту, комунікативну компетентність, стосунки між співрозмовниками, ставлення учасників спілкування до самої комунікативної події тощо. Невербальні повідомлення можуть доповнювати вербальні повідомлення, регулювати мовленнєву поведінку комунікантів. На відміну від вербальних повідомлень їм властива багатозначність, ситуативність, спонтанність.

Наявність контекстуальної інформації дозволяє побудувати ефективний план мовленнєвої взаємодії, а її відсутність впливає на «якість» мовленнєвого планування, перешкоджає реалізації мовленнєвих стратегій [3, с. 97]. Аналізуючи ситуації провокаційного спілкування слід враховувати всі фактори, завдяки яким комунікативний акт здійснюється як такий. В даному випадку слід включити пресупозицію, тобто «спільний фонд знань, спільний досвід, спільні попередні відомості про явище, подію, стан речей тощо, якими володіють комуніканти; зона перетину когнітивних просторів учасників комунікації, яка актуалізується в процесі спілкування» [2, с. 352]. Для отримання потрібної інформації в ході провокаційного спілкування, для здійснення вдалого впливу на комуніканта важливим є володіти певними відомостями про співрозмовника. Це стає можливим на основі знань об'єктивних закономірностей функціонування мови в суспільстві (щоб визначити рівень соціально-культурного розвитку людини, її соціальну приналежність), вміння розрізняти відтінки інтонації і голосу співрозмовника (щоб оцінити його емоційний стан), вміння тлумачити зміст його висловлювання, а також інтерпретувати можливий підтекст. Така інформація дасть змогу провокатору знайти більш вдалий підхід до адресата і отримати бажану для нього інформацію або спровокувати реципієнта на потрібну мовленнєву дію.

Комунікація здійснюється за певних обставин спілкування, що включають локально-темпоральні параметри, сферу спілкування, а також стосунки між учасниками комунікації. Спілкування завжди відбувається в певному місці і в певний час. Для ситуацій провокаційного мовлення важливо підібрати «правильний момент» для того, щоб провокація була ефективною і вдалою. На перебіг комунікації та стиль спілкування впливають статусні та соціальні ролі

комунікантів, тривалість їхнього знайомства, якість стосунків тощо. Коли адресант-провокація добре знайомий із реципієнтом, тональність спілкування змінюється, якщо між партнерами по комунікації присутня довіра, тоді легше вести розмову у відвертій манері. Важливим є вибудувати розмову таким чином, щоб адресат почувався безпечно і вільно, невимушено вів бесіду, не задумуючись про те, як відповісти на запитання або не сказати зайвого.

Мовна провокація є насамперед міжособистісною інтеракцією, що передбачає взаємодію комунікантів, координацію їхніх дій відповідно до певних правил та законів, які формулюють і регулюють поведінку співрозмовників і пов'язані як із закономірностями процесу комунікації, так і з психологічними особливостями учасників спілкування, їх соціальними ролями тощо. Система принципів, правил і конвенцій утворює комунікативний кодекс, що ґрунтується на певних категоріях, критеріях і регулює мовленнєву поведінку комунікантів.

Слід наголосити, що метою провокаційного мовлення є отримання інформації, а налаштування контакту між співрозмовниками чи, навпаки, навмисне порушення комунікативної рівноваги, що передбачає дотримання чи порушення принципів комунікації, дозволяють провокатору регулювати мовленнєві дії реципієнта з метою досягнення комунікативної мети.

Основними принципами і правилами спілкування, що формують комунікативний кодекс є принцип Кооперації, тобто принцип комунікативного співробітництва [7], який включає максимум кількості, якості, релевантності та способу вираження та принцип Ввічливості, до якого відносяться максимум великодушності, схвалення, скромності, згоди, симпатії і тактовності [8]. Якщо у принципі Кооперації втілені закони спільного оперування учасниками комунікації інформацією, то в принципі Ввічливості – їхні стосунки. Дотримання принципу Ввічливості створює прийнятну атмосферу спілкування, нормальне тло для реалізації комунікативних стратегій.

Провокаційне спілкування є спільною діяльністю його учасників, кожен з яких певною мірою визначає напрям діалогу. В провокаційному мовленні дотримання чи навмисне порушення принципів спілкування розглядається нами як складова тактико-стратегічного плану провокатора, який в ході комунікації мусить враховувати відчуття та настрої співрозмовника. Відпо-

відно до цього провокаційне мовлення перебігає у руслі кооперації або конфлікту. Таким чином, принципи Кооперації та Ввічливості відіграють важливу роль, оскільки регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікативної ситуації провокаційного мовлення.

Провокація є категорією мовленнєвого впливу. Під час мовленнєвої інтеракції адресант-провокація намагається впливати на діяльність реципієнта задля досягнення певного результату, що мотивується його комунікативною інтенцією. Повідомляючи щось, провокатор, насамперед, думає про результативність свого повідомлення, проте в той же час враховує різні підходи, які в більшій чи меншій мірі відповідають конкретній ситуації спілкування. Для того, щоб провокація завершилась успіхом адресант-провокація не планує відкривати свої справжні наміри перед реципієнтом, тобто його дійсні інтенції та цілі залишаються прихованими. Відповідно до своєї мети провокатор може вдаватись не лише до комунікативного співробітництва, а й до маніпуляцій та конфлікту, тому комунікативну ситуацію провокаційного мовлення слід оцінювати за показником ефективності. З огляду на мету розрізняють ілюктивну й кооперативну ефективність: перша характеризується досягненням власної мети провокатором безвідносно до встановлення балансу, а друга сприяє комунікативній кооперації, можливо, і шляхом лише часткового досягнення мети адресанта [6, с. 134].

Висновки. Отже, комунікативна ситуація провокаційного мовлення – це фрагмент об'єктивно існуючої реальності, в якій протікає процес обміну інформації між особами, що беруть участь у спілкуванні, а саме провокатором та реципієнтом за допомогою вербальних та невербальних засобів комунікації для досягнення певної комунікативної мети. На досягнення чи недосягнення провокатором результату спілкування має вплив не тільки тактико-стратегічне планування комунікативного процесу для реалізації мотиву, комунікативної інтенції і відповідний вибір засобів для реалізації провокації, а також направленість інтеракції на конфлікт чи кооперацію, обставини спілкування, типи комунікативних особистостей в конкретній ситуації спілкування, сфера комунікації, стиль спілкування, емоційна налаштованість співрозмовників. Всі ці складові впливають на процес реалізації провокації в різних комунікативних ситуаціях.

Список літератури:

1. Аристотель. Риторика. *Античные риторики*. Москва, 1978. С. 15–164.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ, 2009. 376 с.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва, 2008. 288 с.
4. Корольов І.Р. Різномовні кооперативні комунікативні ситуації як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. Київ, 2010. Вип. 8. С. 285–291.
5. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва, 2002. 216 с.
6. Яценкова О.В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ, 2010. 312 с.
7. Grice H.P. Logic and Conversation. *Syntax and Semantics*. N.Y., 1975. Vol. № 3. P. 41–58.
8. Leech G. Principles of Pragmatics. N.Y., 1983. 250 p.

References:

1. Arystotel (1978). Rytoryka [Rhetoric]. *Antichnye ritoriki* [Antique rhetoric]. Moscow : MSU. (in Russian)
2. Batsevych, F.S. (2009). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky* [The fundamentals of the communicative linguistics]. Kyiv : Academy. (in Ukrainian)

3. Issers, O.S. (2008). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of the Russian speech]. Moscow : LKI. (in Russian)
4. Korolov, I.R. (2010). Riznomovni kooperatyvni komunikatyvni sytuatsii yak ob'ekt linhvistychnykh doslidzhen [Cooperative communicative situations as the object of linguistic research]. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii* [Contemporary Studies in Foreign Philology]. Kyiv : Kyiv University. (in Ukrainian)
5. Formanovskaya, N.I. (2002). *Rechevoe obshchenie: kommunikativno-pragmaticheskiiy podkhod* [Speech communication: communicative-pragmatic approach]. Moscow : Russian language. (in Russian)
6. Yashenkova, O.V. (2010). *Osnovy teorii movnoi komunikatsii* [Fundamentals of the theory of language communication]. Kyiv : Academy. (in Ukrainian)
7. Grice, H.P. (1975). Logic and Conversation. *Syntax and Semantics*. N.Y., Vol. № 3, pp. 41–58.
8. Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*. N.Y., 250 p.