

МЕЛЬНИК І. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ШАНТАЖУ У ПРОВОКАЦІЙНОМУ МОВЛЕННІ

У статті розглядаються особливості реалізації мовленнєвих тактик провокаційного мовлення.

Ключові слова: комунікативна ситуація, провокація, адресант, адресат, повідомлення, тактика, стратегія.

В статье рассматриваются особенности реализации речевых тактик провокационной речи.

Ключевые слова: коммуникативная ситуация, провокация, адресант, адресат, сообщение, тактика, стратегия.

The article deals with the peculiarities of the speech tactics used in the communicative situation of the provocative speech.

Key words: communicative situation, provocation, addresser (sender), addressee (recipient), message, tactics, strategy.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена потребою вивчення особливостей реалізації тактик особливого типу мовлення, а саме провокаційного. **Мета** цієї статті – розглянути особливості мовної реалізації комунікативних тактик провокаційного мовлення. **Об’єктом** дослідження є комунікативні тактики провокаційного мовлення, а предметом – мовні засоби їх реалізації. **Матеріалом** дослідження слугує фрагмент комунікативної ситуації провокаційного мовлення із скрипту англomовного (американського) серіалу “Desperate housewives”. **Наукова новизна** дослідження полягає в поглибленому вивченні мовної реалізації стратегій і тактик провокаційного мовлення як специфічного різновиду дискурсу.

Особливістю сучасної лінгвістики є перехід до вивчення мови як засобу пізнання людиною навколишнього світу, а також дослідження функцій мовних одиниць в процесі мовленнєвої діяльності, в комунікації. Мовленнєве спілкування як складова людського спілкування має високу міру складності організації, обумовлену тим, що в нього включені мова у всій багатоманітності свого устрою, людське спілкування зі своїми правилами, конвенціями і ритуалами мовленнєвої поведінки, конкретними учасниками комунікації з урахуванням їх соціальних та індивідуальних особливостей, а також екстралінгвістичний світ у безконечній різноманітності своїх проявів [1:31]. Будь-яке спілкування, породження і сприйняття мовлення відбувається в певній соціальній ситуації.

Процес комунікації завжди перебуває під впливом ситуативного контексту, тобто обставин, в яких відбувається спілкування, а саме місця і часу, що впливають на зміст та якість інтеракцій; 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 учасник комунікації може їх вдало використати для досягнення своєї мети, на яку скерована комунікативна діяльність.

Під комунікативною ситуацією розуміють “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)” [1:355]. На думку Н. І. Формановської комунікативна ситуація – це складний комплекс зовнішніх умов спілкування та внутрішніх станів комунікантів, що представлені в мовному висловлюванні, дискурсі. Цей комплекс, з одного боку, породжує мовлення, а з іншого – відображається в мовленні в своїх істотних компонентах” [2:42]. 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.

У сучасній лінгвістичній науці існує безліч точок зору щодо структурних компонентів комунікативних ситуацій, проте істотних розбіжностей між ними немає. Ще Арістотель в “Риторичі” вказував, що “мовлення складається з трьох елементів: із самого оратора, з предмету про який він говорить і особи, до якої він звертається” [3:25].

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) відношення між комунікантами, 8) їх соціально-статусні характеристики як соціально-психологічні компоненти ситуації [2:41]. Розглядаючи комунікативну ситуацію в цілому К. А. Долінін виділяє такі “взаємозалежні й частково перехідні” її параметри, “що визначають як експліцитний зміст висловлення, так і його стиль: а) адресант і адресат; б) референтна ситуація; в) діяльнісна ситуація, в рамках якої відбувається мовленнєве спілкування, що становить певний сюжет: те, що відбувається зі

співрозмовниками, згідно з їхніми намірами або всупереч їм; та ситуація, в якій вони діють в спілкуються; г) предметно-ситуаційне тло, яке передбачає місце й час комунікації, загальну соціальну, політичну й історико-культурну ситуацію, а також людей, задіяних в процесі спілкування; д) канал зв'язку (акустичний або графічний), що характеризується наявністю чи відсутністю візуального зв'язку, а також використанням певних спеціальних засобів передачі повідомлення” [4:51].

Згідно моделі комунікації, запропонованої Р. Якобсоном комунікативна ситуація містить 6 компонентів: адресант, адресат, контакт, повідомлення, контекст, код. Під контактом розуміється взаємодія між комунікантами, особливості її протікання; повідомлення або текст – певна інформація, передана одним суб'єктом іншому; під кодом мається на увазі мова (або мовленнєвий різновид), якою реалізується висловлення [5:81]. Отже, адресант, використовуючи засоби мовного коду, формує повідомлення, за допомогою якого у межах конкретного контексту встановлює контакт з адресатом.

Стосовно нашого дослідження, ми вважаємо за доцільне виокремити наступні компоненти комунікативних ситуацій, які є типовими для будь-якої комунікативної ситуації провокаційного мовлення:

- 1) адресант-провокатор і реципієнт (адресат) як центральні елементи КС;
- 2) повідомлення (текст) тобто інформація, яку передає адресант-провокатор реципієнту;
- 3) комунікативні цілі комунікантів, тобто запланований результат, на який скерована комунікативна діяльність;
- 4) пресупозиція як фонд попередніх відомостей про співрозмовника;
- 5) обставини спілкування, що включають локально-темпоральні параметри, сферу спілкування, а також відносини між учасниками комунікації.

Проаналізуємо особливості використання комунікативних тактик в комунікативній ситуації провокаційного мовлення, а саме в бесіді двох сусідок:

[EXT Mayer House Night]

(Mrs. Huber is at Susan's door, carrying a pie. Susan opens the door)

Susan: Mrs. Huber

Mrs. Huber: Hello Susan. I made you a pie

Susan: Oh, wow. Why?

Mrs. Huber: Do I need a motive to do something nice?

(Susan kind of shrugs, not knowing what to say)

[INT – Mayer House – Night]

(Mrs. Huber cuts a slice of the pie)

Mrs. Huber: I can't wait for you to try this, its mince meat

Susan: Actually, I just had dinner

Mrs. Huber: That's okay, you can save it for later

(Mrs. Huber licks her finger and laughs)

Susan: What's so funny?

Mrs. Huber: I was just thinking of that expression 'I'll make mincemeat out of you' ...

(Susan looks confused) ...

Mrs. Huber: So, Susan. How are you? (opens up Susan's cookie jar and looks inside)

Susan: I'm fine

Mrs. Huber: Good. You know, I have a confession to make...I always wish I had been more supportive when Carl left you.

Susan: Oh, you don't have to apologize about Carl. Really, Carl and I are over. I've moved on

Mrs. Huber: Yes, I know. You've moved on to that nice Mike Delfino. He's quite a catch isn't he?

(Mrs. Huber winks at Susan. Then goes into her cupboard to take out a plate)

Susan: Um, sure. As a friend

Mrs. Huber: Oh, Susan, being coy is a strategy best employed by virgins at their first dance. For women of our age it's just annoying. (suddenly all nice again) Are you sure you don't want pie?

Susan: No. Thank you.

Mrs. Huber: I hope it works out with you and Mike, you've been so desperate to land him

Susan: WHAT? I am not desperate

Mrs. Huber: Oh, lord! Susan you burned you love rival's house down! If that isn't desperate I don't know what is (Susan stands there opening and closing her mouth, not knowing what to say)

Susan: Mrs. Huber, with all due respect, you're crazy

(Mrs. Huber puts down the fork she was using to eat the pie, reaches into her bag and takes out the charred measuring jug, placing it on the table)

Susan: What's that?

Mrs. Huber: (she's thoroughly enjoying this) I think you recognize it. I found it in the ruins of Edie's home.

Susan: Well, that's not ...

Mrs. Huber: sh, sh, sh. My point is this. I wasn't there for you when Carl left you, but I'm here for you now. As far as I'm concerned, this is our little secret and no one need ever know. Oh Susan, you have no idea how good it feels to finally be able to help you. (Susan is shell shocked through all this)

*Mrs. Huber: You look so pale. Now I insist you try some of my pie
(Mrs. Huber gets up and forcibly feeds some of her pie to Susan)*

Mrs. Huber: Go on (Susan obligingly opens up)

Mrs. Huber: Did I mention its mincemeat? (Susan gulps and swallows at the same time)

[INT – Supermarket – Day]

(Susan puts eggs and orange juice on the conveyer belt at the checkout. She picks up a magazine to flick through as she waits to be served. Mrs. Huber pulls up behind her, with a full trolley load of purchases)

Mrs. Huber: Susan, hello.

(Mrs. Huber is all smiles, but Susan's face drops when she hears her voice)

Susan: Mrs. Huber (trying to be nice)

Mrs. Huber: Did you and Mike come together? I saw him over in the fresh produce aisle.

Susan: No, like I told you before, we're just friends

(Mrs. Huber puts down the block to separate her goods from Susan's items)

Susan: By the way, if I didn't make it clear yesterday, I absolutely did not do that thing that you accused me of doing

(Mike comes up behind them)

Mike: Hey Susan. Hi Mrs. Huber

Mrs. Huber: Nice to see you Mike

Mike (flirting with Susan): Hey, you like Alfred Hitchcock? They're doing a retrospective down at the realto.

(Susan looks at Mrs. Huber who is listening to everything that they say. She looks back at her suggestively)

Susan: Um, I'm not really a fan

Mike: Oh, come on. How can you not like Hitchcock?

Susan: I just, ah, don't

Mike: (shocked at being knocked down) oh, uh, okay

(Mike backs up to walk away)

Mike: Well uh, nice to see you. You too, Mrs. Huber

Mrs. Huber: You're so silly. Pretending not to like him on my account, really!

Susan: Will you please just drop it?

Mrs. Huber: You shouldn't be rude to me, Susan. Your secret is not an easy burden to bare. That insurance company is putting Edie though hell, but still I've said nothing.

Susan: (fed up with Mrs. Huber's snide remarks) Well th-

Mrs. Huber: And the longer it takes for her to get payment, the longer she'll be staying with me. Eating me out of house and home. Using up my hot water.

Susan: What exactly is it you want from me, Mrs Huber?

(Mrs. Huber takes away the block separating their goods, implying she wants Susan to pay for her food)

Check out girl: Are these together? (Mrs. Huber looks challengingly at Susan, as if tempting her to refuse what she wants)

Susan: (resigned to what she has to do) Ring it up [8]. Наведений приклад ілюструє взаємодію адресанта-провокатора Місіс Хубер та реципієнта Сюзен. Ця бесіда є прикладом конфліктної ситуації і носить неофіційний характер. Провокатор у цій ситуації спілкування виступає ініціатором процесу комунікації і відповідно до своїх цілей, а саме прагнення змусити реципієнта діяти всупереч його власним бажанням буде цей процес. Для досягнення своєї мети в ході провокаційного спілкування, для здійснення вдалого впливу на реципієнта важливим є володіти певними відомостями про співрозмовника. Володіння такою інформацією дає змогу провокатору знайти більш вдалий підхід до адресата і тим самим уможливило досягнення комунікативної мети. Місіс Хубер (адресант-провокатор) знаючи, що у їх спільної сусідки Іді Бріт нещодавно згорів будинок і, що Сюзен ненавмисно, але все ж таки причетна до підпалу намагається спровокувати Сюзен (реципієнта) на те, щоб перетворити її на свого „побутового спонсора”, тобто оплачувати її покупки в супермаркеті, рахунки на комунальні послуги тощо. Поставивши це за мету і опираючись на свій комунікативний досвід адресант-провокатор формує комунікативну інтенцію, яка знаходить своє втілення у комунікативній стратегії шантажу, що відповідно реалізується у наступних мовленнєвих тактиках:

– підлецування, що сприяє ефективній організації діалогічної взаємодії, оптимальному впливу на реципієнта: 1) *I made you a pie ... Do I need a motive to do something nice?*; 2) *So, Susan. How are you?*

– імплікованої погрози: *I was just thinking of that expression "I'll make mincemeat out of you" ...*

– висловлення співчуття: *You know, I have a confession to make...I always wish I had been more supportive when Carl left you...*

– звинувачення: *Oh, lord! Susan you burned you love rival's house down! If that isn't desperate I don't know what is;*

– залякування: *You shouldn't be rude to me, Susan. Your secret is not an easy burden to bare. That insurance company is putting Edie though hell, but still I've said nothing.*

У свою чергу, реципієнт (Сюзен) займає активну позицію в процесі комунікації, оскільки приймає та декодує інформацію, що поступає від провокатора. Адресат аби уникнути проблем та звинувачень вибудовує свою стратегію поведінки, вдаючись до таких комунікативних тактик:

– заперечення: 1) *By the way, if I didn't make it clear yesterday, I absolutely did not do that thing that you accused me of doing;* 2) *No, like I told you before, we're just friends;* 3) *WHAT? I am not desperate;*

– образи: *Mrs Huber, with all due respect, you're crazy.*

Іншими словами, адресант-провокатор поставивши собі за мету змусити реципієнта діяти всупереч його власним бажанням, а також маніпулювати адресатом вступає в контакт із реципієнтом, який також має свої комунікативні цілі, а саме намагається уникнути проблем та звинувачень у свою адресу, і володіючи певними відомостями за певних обставин будує своє повідомлення (текст) таким чином, щоб втілити свою комунікативну мету. Іntenції мовців напівзбігаються, оскільки реципієнт попри своє бажання врешті решт піддається на провокацію, а саме оплачує рахунки у супермаркеті, так як хоче залишити в таємниці свою причетність до підпалу.

Варто зауважити, що серед проаналізованих нами комунікативних тактик домінує розмовна лексика, вживаються ідіоматичні вирази, наприклад *I'll make mincemeat out of you* для того, щоб надати висловлюванню більш експресивного та переконливого забарвлення. Щодо синтаксичних мовних засобів, то прості речення вживаються частіше, ніж складні, оскільки є більш експресивними та мають більший ефект впливу на реципієнта. Проте складні речення спостерігаються у тактиках висловлення співчуття, залякування, заперечення, тобто там, де передбачається роз'яснення, наведення фактів, аргументів тощо. Використовуються питальні речення (1) *Do I need a motive to do something nice?* 2) *How are you?* тощо), заперечні речення (1) *You shouldn't be rude to me, Susan;* 2) *No, ... I am not desperate;*), вставні речення є досить типовими для наведених вище комунікативних тактик (1) *You know ... ;* 2) *By the way ... ;* 3) *... like I told you before... ;* 4) *... with all due respect ...* тощо),

звернення як засіб привернення уваги і надання висловлюванню емоційності (1) *Susan*; 2) *Oh, lord!* 3) *Mrs Huber* тощо).

Отже, комунікативна ситуація провокаційного мовлення – фрагмент об'єктивно існуючої реальності, в якій протікає процес обміну інформації між особами, що беруть участь у спілкуванні для досягнення певної комунікативної мети. Реалізація провокаційного мовлення у комунікативній ситуації спілкування, а саме в процесі бесіди двох сусідок характеризується наявністю двох учасників комунікації: адресанта-провокатора та реципієнта. Кожен із співрозмовників вступає у комунікацію зі своїми комунікативними цілями, інтенціями, відповідно до яких будують стратегію мовленнєвої поведінки, що реалізується в комунікативних тактиках. З метою спровокувати реципієнта у розглянутій ситуації спілкування адресант-провокатор вдається до стратегії шантажу, відповідно до якої застосовує тактики підлецування, імплікованої погрози, висловлення співчуття, звинувачення, залякування і досягає очікуваного перлокутивного ефекту, а саме змушує реципієнта діяти всупереч власним бажанням. В свою чергу, реципієнт використовує тактики заперечення та образи аби уникнути несприятливих для себе результатів, проте тактики адресанта-провокатора є більш різноманітними та ефективними у порівнянні із тактиками реципієнта, що сприяє успішній реалізації провокації в мовленні. Мовленнєві тактики відповідно знаходять своє відображення у переважно простих, рідше складних реченнях, використовуються питальні та вставні речення, заперечення, звертання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Флорій Сергійович Бацевич. – [2-ге вид., доп.]. – К. : Видав. центр “Академія”, 2009. – 376 с. (Серія “Альма-матер”).
2. *Формановская Н. И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. – М. : Рус. яз., 2002. – 216 с.
3. *Риторика* / пер. Н. Платоновой. – М. : Изд-во МГУ, 1978. – Кн. 1 : Античные риторика. – 339 с.
4. *Корольов І. Р.* Комунікативна ситуація “виправдання”: прагматичний та лінгвокультурний виміри : [монографія] / Ігор Русланович Корольов ; відп. ред. Ірина Олександрівна Голубовська. – К. : Видав.-поліграф. центр “Київський університет”, 2009. – 223 с.
5. *Jakobson R.* The framework of Language / Roman Jakobson. – East Lansing : University of Michigan Press, 1980. – 132 p.
6. *Яшенкова О. В.* Основи теорії мовної комунікації : [навч. посіб.] / Ольга Володимирівна Яшенкова. – К. : Видав. центр “Академія”, 2010. – 312 с. (Серія “Альма-матер”).
7. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : [монографія] / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

8. *hypnoveb.net* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://desperate-housewives.hypnoveb.net/>