

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

*На правах рукопису*

**МЕЛЬНИК ІРИНА ВАЛЕРІЇВНА**

УДК 811.111'42'06

**ПРОВОКАЦІЙНЕ МОВЛЕННЯ:  
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ВИМІР  
(на матеріалі сучасної англійської мови)**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

Дисертація  
на здобуття наукового ступеня  
кандидата філологічних наук

Науковий керівник:  
**МАЛКОВА ОЛЬГА ВАЛЕРІЇВНА**  
кандидат філологічних наук, доцент

Київ – 2017

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОВОКАЦІЙНОГО МОВЛЕННЯ .....</b>	<b>12</b>
1.1. Провокація як інструмент впливу та комунікативна стратегія .....	13
1.2. Провокація як розумово-мовленнєва діяльність людини .....	27
1.3. Конфлікт і кооперація – критерії розмежування комунікативних ситуацій .....	31
1.4. Інституційний vs побутовий типи дискурсу .....	38
1.5. Мовна особистість як об’єкт лінгвістичного дослідження .....	43
1.6. Методологія дослідження провокаційного мовлення .....	52
<b>Висновки до першого розділу .....</b>	<b>56</b>
<b>РОЗДІЛ 2 ПРОВОКАЦІЙНЕ МОВЛЕННЯ У КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ ІНСТИТУЦІЙНОГО ДИСКУРСУ.....</b>	<b>59</b>
2.1. Кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу .....	60
2.2. Конфліктні комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу .....	71
2.3. Конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу .....	87
2.4. Причини комунікативних невдач у ситуаціях провокаційного мовлення інституційного дискурсу .....	100
<b>Висновки до другого розділу .....</b>	<b>110</b>
<b>РОЗДІЛ 3 ПРОВОКАЦІЙНЕ МОВЛЕННЯ У КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ ПОБУТОВОГО ДИСКУРСУ .....</b>	<b>115</b>
3.1. Кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу .....	116

3.2. Конфліктні комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу .....	129
3.3. Конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу .....	136
3.4. Причини комунікативних невдач у ситуаціях провокаційного мовлення побутового дискурсу .....	143
3.5. Мовний портрет провокатора: успішний vs неуспішний .....	150
<b>Висновки до третього розділу .....</b>	<b>162</b>
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....</b>	<b>166</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>173</b>
<b>СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>198</b>
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ .....</b>	<b>200</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>202</b>
<b>Додаток А Комунікативні стратегії провокаційного мовлення.....</b>	<b>202</b>
<b>Додаток Б Комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу.....</b>	<b>203</b>
<b>Додаток В Комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу.....</b>	<b>204</b>

## ВСТУП

На сучасному етапі розвитку мовознавства особлива увага дослідників спрямована на вивчення комунікативної функції мовлення, яке розглядається як “форма життєдіяльності людини, спосіб відображення особистості і організації міжособистісного спілкування в процесі спільної діяльності людей” [160, с. 9]. Переосмислюючи багатий досвід вивчення мови в системно-структурному ракурсі, комунікативні розвідки надають пріоритет людині, яка використовує мову в комунікативному процесі з метою досягнення бажаних результатів, оскільки мовленнєва діяльність “мотивується немовленнєвими задачами” [59, с. 8]. Вивчення питань міжособистісного спілкування та забезпечення ефективності мовленнєвої діяльності зумовило необхідність комплексного дослідження мисленнєво-мовленнєвих дій людини (Л.С. Вигодський [26], А.Р. Габідулліна, Т.П. Андрієнко, Н.В. Кузена [27], І.О. Зімня [54], Є.В. Ключев [73], О.О. Леонтєв [93; 94; 95; 96; 97], О.М. Леонтєв [98; 99; 100], Н.І. Формановська [176], N. Bonvillian [208], R.T. Craig [213], F. Heider [226]), комунікативних стратегій (В.Ю. Андреева [1], А.Д. Бєлова [16], А.О. Бодрова, Н.В. Коробова [21], Н.В. Василенко [23], Є.М. Верещагін [24], В.З. Дем’янков [39], Ю.М. Іванова [55], О.С. Іссерс [59; 60; 61; 62; 63], А.В. Корольова [80], І.М. Лаврінєнко [89], А.В. Ланских [90], О.М. Паршина [128], С.О. Сухих [161], Т.Є. Янко [203], О.В. Яшенкова [205], S.P. Corder [212], E. Goffman [221], J.V. Manheim [238], W. Stephenson [249]) та інструментів мовленнєвого впливу (А.М. Баранов [8], О.С. Гаврилова [28], О.В. Денисюк [40], А.В. Дмітрієв [41], Т.С. Живило [49], К.Ю. Іюнкін, О.О. Литвинова [58], О.С. Іссерс, О.О. Плотнікова [64], О.Є. Козлов, І.І. Сажєнін [76], В.В. Козлова [77], С.І. Криворучко [82], В.О. Мальцева [106], А.Л. Маршак [108], С.О. Мегєнтєсов [111], О.О. Назарова [123], А.О. Нєгришев [124], Ю.К. Пірогова [131], О.І. Почапська [133], Ф.М. Березін, Є.Ф. Тарасов [138], В.Н. Різун [140], А.А. Сичов [147], Л.Є. Сорокіна [149], Т.В. Стасюк Й.А. [151], В.М. Степанов [152], Й.А. Стернін [153; 154], М.М. Стрїтєлєв, Н.А. Сабурова [157], І.П. Сусов [159], Є.Ф. Тарасов [164; 165; 166], Л.Л. Федорова [175], В.П. Шєйнов [196],

О.В. Шелестюк [197; 198], Т. М. Шеметова [199], К. Burke [210], H.F. Garcia [220], G.N. Gordon [222], H.D. Lasswell [231]) на засадах комунікативно-прагматичного підходу (Н.Д. Арутюнова, О.В. Падучева [5], О.С. Ахманова, І.М. Магидова [7], Ф.С. Бацевич [10], Т.В. Ларина [91], О.В. Малікова [104; 236], Дж. Остин [126], Г.Г. Почепцов [134; 135; 136; 137], Дж. Серль [146; 244; 245], П.Ф. Стросон [158], Т.Д. Чхетіані [191], J. Allwood [206], К. Bach, R.M. Harnish [207], Р. Brown and S. D. Levinson [209], Т.А. van Dijk [215; 216; 217; 218], G.N. Leech [232], G.N. Leech, J. Thomas [233], J. Moeschler [240], В. Mohan [241], S. Oswald, D. Maillat [243], A. Wierzbicka [250]) до аналізу мовленнєвих явищ.

Міжособистісна комунікація – це мотиваційно обумовлений процес спілкування, викликаний потребами, інтересами та мотивами співрозмовників. Вступаючи в інтеракцію, комунікант намагається вплинути на партнера по комунікації для того, щоб досягти бажаного. Спілкування, яке розраховане на результат, завжди пов'язане з мовленнєвим впливом, який розглядається в аспекті його цілеспрямованості, мотиваційної обумовленості та запланованої ефективності.

Проблема впливу мови на людину з метою отримання інформації пов'язана із явищем провокації. У даній роботі досліджено провокаційне мовлення як особливий тип міжособистісного спілкування, метою якого є досягнення провокатором бажаної вербальної реакції. За допомогою мовленнєвого впливу на співрозмовника провокатор може отримати потрібну інформацію. Провокаційне спілкування має діяльнісний характер, оскільки у ньому беруть участь співрозмовники (провокатор та реципієнт), які є головними учасниками процесу спілкування зі своїми намірами, цінностями, особистісними характеристиками, певними психологічними якостями, мотивами, цілями тощо. Відповідно до комунікативної мети провокатор намагається побудувати мовленнєву діяльність так, щоб досягти бажаного перлокутивного ефекту, тобто, щоб об'єкт його впливу (реципієнт) надав потрібну інформацію. Саме мотив є рушієм мовленнєвої діяльності провокатора. Процес комунікації може бути ефективним у разі чіткого планування мовленнєвих дій провокатором, тобто

адекватного вибору стратегій і тактик спілкування як оптимальної реалізації інтенцій провокатора у досягненні конкретної комунікативної мети. Крім того, актуальними для успішного перебігу провокаційного спілкування постають питання моделей мовленнєвої поведінки комунікантів у різних типах дискурсу (зокрема інституційного та побутового), вербальних і невербальних засобів ефективної реалізації провокаційного мовлення, типів мовних особистостей провокатора та реципієнта з огляду на стиль спілкування та індивідуальні риси вербальної поведінки, виявлення причин виникнення конфліктів і комунікативних невдач у спілкуванні, що є перешкодою на шляху до гармонізації міжособистісних стосунків.

**Актуальність** дисертаційної роботи визначається посиленою увагою сучасного мовознавства до вивчення питань мовленнєвого впливу та забезпечення ефективності мовленнєвої діяльності, а також тим, що комплексне дослідження провокаційного мовлення як мисленнєво-мовленнєвої дії, комунікативної стратегії та інструменту мовленнєвого впливу на засадах комунікативно-прагматичного підходу до аналізу мовленнєвих явищ раніше не здійснювалось.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано в межах наукової теми «Мови та літератури народів світу: взаємодія та самобутність» (код № 11БФ044-01), затвердженої Міністерством освіти і науки України, що розробляється в Інституті філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Тему дисертації затверджено вченою радою Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 5 від 20 грудня 2010 року).

**Метою** даної роботи є комплексна характеристика особливостей реалізації провокаційного мовлення як різновиду розумово-мовленнєвої діяльності людини, як інструменту мовленнєвого впливу з урахуванням екстралінгвістичних чинників у сучасному англomовному дискурсі.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- встановити лінгвістичний статус провокації;

- визначити структурні елементи стандартної комунікативної ситуації провокаційного мовлення;
- створити типологію комунікативних ситуацій провокаційного мовлення інституційного та побутового типів дискурсу;
- дослідити особливості використання комунікативних стратегій у конфліктних, кооперативних і конфліктно-кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення в інституційному та побутовому дискурсах, а також вербальні та невербальні засоби їх реалізації;
- визначити актомовленнєву репрезентацію провокаційного мовлення;
- описати особливості мовленнєвої поведінки провокатора та реципієнта залежно від типу їх мовних особистостей;
- виявити причини комунікативних невдач провокаційного мовлення;
- створити мовний портрет успішного та неуспішного провокатора.

**Об'єктом** дослідження є провокаційне мовлення як особливий тип спілкування.

**Предметом** дослідження є комунікативно-прагматичні особливості реалізації провокаційного мовлення в конфліктних, кооперативних та конфліктно-кооперативних комунікативних ситуаціях сучасного англомовного дискурсу.

**Матеріалом дослідження** послуговували скрипти (тексти) 200 сценаріїв англомовних (американських) фільмів 2009-2014 років (загальним обсягом 432 233 друковані знаки), які були отримані методом суцільної вибірки.

Для вирішення поставлених завдань використано такі **методи дослідження**: описовий метод – для аналізу теоретичних питань дослідження та визначення лінгвістичного статусу провокації; дискурс-аналіз – для вивчення структури та динаміки комунікативних ситуацій провокаційного мовлення; інтент-аналіз – для аналізу комунікативної поведінки учасників спілкування, виявлення істинних намірів комунікантів; методи прагмалінгвістики – для дослідження специфіки використання вербальних і невербальних засобів реалізації комунікативних стратегій провокаційного мовлення; виявлення впливу

ситуативно-поведінкових, статусних, психологічних, мовних чинників на інтеракцію між провокатором і реципієнтом; виявлення впливу комунікативних правил та принципів на ефективність спілкування в різноманітних комунікативних ситуаціях провокаційного мовлення; структурно-синтаксичний та лексико-семантичний методи дослідження дали змогу проаналізувати особливості використання вербальних маркерів провокації; застосування елементів психолінгвістичного аналізу дало змогу виявити вплив екстралінгвістичних чинників на реалізацію мовленнєвих стратегій у різних комунікативних ситуаціях провокаційного мовлення та охарактеризувати типи особистостей провокатора та реципієнта як головних учасників комунікативного процесу та їх мовленнєву поведінку в ситуаціях спілкування; у якості допоміжних процедур дослідження були залучені елементи методу кількісних підрахунків.

**Наукова новизна** дослідження визначається тим, що вперше провокаційне мовлення розглядається як специфічний тип міжособистісного спілкування для здійснення мовленнєвого впливу і реалізується в дискурсі за допомогою вербальних та невербальних засобів. У роботі вперше виділено комунікативний континуум провокаційного мовлення: конфліктні, кооперативні, конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації; виявлено стратегії провокаційного спілкування та здійснено аналіз комунікативно-прагматичних особливостей їх реалізації з урахуванням впливу типу мовних особистостей провокатора та реципієнта на успішність/неуспішність провокаційного мовлення.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в тому, що дисертація є внеском у подальшу розробку проблем комунікативної лінгвістики, зокрема теорії про людське спілкування та мислення, вивчення закономірностей людського спілкування, проблем функціонування мови, особливостей її використання у різних комунікативних ситуаціях, зокрема у ситуаціях провокаційного мовлення. Висновки розширюють наукове уявлення про: особливості реалізації комунікативних ситуацій провокаційного мовлення в інституційному та побутовому дискурсах; зв'язок між ефективністю

мовленнєвого впливу і типом мовної особистості комунікантів; причини комунікативних невдач у провокаційному мовленні.

**Практична цінність** роботи полягає в тому, що її результати можна використовувати в курсах лекцій та спецкурсах, пов'язаних з проблемами комунікації: теорії дискурсу, теорії комунікації, прагмалінгвістики, психолінгвістики тощо.

**На захист виносяться такі положення:**

1. Провокаційне мовлення – це мисленнєво-мовленнєва дія, комунікативна стратегія та інструмент мовленнєвого впливу на реципієнта (об'єкта провокації) з метою досягнення бажаного для провокатора перлокутивного ефекту.

2. Комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу характеризуються офіційністю, нерівністю соціально-рольових та комунікативних статусів, асиметрією міжособистісних стосунків.

3. Комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу характеризуються неформальною спрямованістю комунікації, скороченням соціальної дистанції між комунікантами, персональністю спілкування та переважно симетрією міжособистісних стосунків.

4. За характером спрямованості комунікації на кооперацію або конфлікт у континуумі провокаційного мовлення можна виділити конфліктні, кооперативні та конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації.

5. Тип мовної особистості провокатора і реципієнта впливає на динаміку розгортання провокаційного мовлення та на кінцевий результат інтеракції – успіх чи невдачу. Мовна особистість провокатора та реципієнта може бути конфліктною, гармонійною та центрованою.

6. Висока комунікативна компетенція є характерною рисою мовного портрету успішного (ідеального) провокатора, і навпаки, низька комунікативна компетенція властива провокатору, який неспроможний досягти комунікативної мети.

7. Основні причини комунікативних невдач провокаційного мовлення – це недостатня комунікативна компетенція провокатора, невдалий тактико-стратегічний план мовленнєвих дій, ігнорування фактору реципієнта, недооцінка його комунікативної компетенції та інтелектуальних здібностей.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення дисертації обговорено на засіданнях кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка і висвітлено на всеукраїнських та міжнародних наукових конференціях: “Концепти та константи в мові, літературі, культурі” (Київ, 14 квітня 2011 року), “Рецепція наукової спадщини професора Станіслава Семчинського і сучасна філологія” (Київ, 19-20 травня 2011 року), “Семантика мови і тексту” (Івано-Франківськ, 26-28 вересня 2012 року), “Мова, свідомість, художня творчість, Інтернет у дзеркалі сучасних філологічних студій” (Київ, 11 квітня 2013 року), “Актуальні проблеми історичної та теоретичної поетики” (Кам’янець-Подільський, 4-5 жовтня 2013 року), “Актуальні проблеми термінознавства, романо-германської філології та перекладу” (Чернівці, 25-26 квітня 2014 року) та трьох наукових конференціях молодих вчених Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (Кам’янець-Подільський, 2014-2016).

**Публікації.** Основні положення та результати дисертаційної роботи опубліковано в 10 одноосібних наукових статтях, з яких 7 – у наукових фахових виданнях, затверджених МОН України, 1 – у закордонному фаховому виданні, 1 статтю опубліковано в науковому журналі, який включений до міжнародних наукометричних баз і 1 публікація в інших виданнях.

**Структура і обсяг дисертації.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків до кожного з розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (260), списку довідкової літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу та додатків. Загальний обсяг роботи становить 204 сторінки, з них основного тексту – 172 сторінки. У дисертації подано 1 рисунок.

У вступі обґрунтовано вибір теми, її актуальність, визначено мету, основні завдання, об'єкт і предмет дослідження, висвітлено наукову новизну, теоретичне значення та практичну цінність роботи, описано методи та матеріал дослідження, сформульовано положення, що виносяться на захист, наведено дані про апробацію положень дисертації та публікації.

У першому розділі дисертації викладено теоретичні засади дослідження, зокрема, проаналізовано провокацію як інструмент впливу, розумово-мовленнєвої діяльності, передумовою якої є мотив, що визначає вибір комунікативної стратегії та засобів її реалізації для досягнення перлокутивного ефекту. Також визначено критерії розмежування комунікативних ситуацій провокаційного мовлення, а саме спрямованість на конфлікт чи кооперацію та місце мовної особистості в комунікативній лінгвістиці.

У другому розділі досліджено особливості реалізації провокації в кооперативних, конфліктних і конфліктно-кооперативних ситуаціях спілкування інституційного типу дискурсу, проведено актомовленнєвий аналіз комунікативних ситуацій, визначено найбільш ефективні засоби реалізації провокації, проаналізовано роль дотримання/недотримання принципів Кооперації та Ввічливості для забезпечення ефективного спілкування, з'ясовано вплив типу мовної особистості провокатора та реципієнта на успішність/безуспішність провокаційного мовлення та причини комунікативних невдач.

У третьому розділі досліджено особливості реалізації провокації у кооперативних, конфліктних і конфліктно-кооперативних ситуаціях спілкування побутового типу дискурсу з урахуванням актомовленнєвої презентації, ефективних вербальних та невербальних засобів реалізації провокаційного мовлення, типів мовної особистості провокатора та реципієнта, а також виявлено особливості мовного портрету успішного/неуспішного провокатора і причини виникнення комунікативних невдач, характерних для побутового дискурсу.

У загальних висновках підбито підсумки проведеного дослідження й окреслено перспективи подальшого вивчення проблем міжособистісного спілкування.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОВОКАЦІЙНОГО МОВЛЕННЯ

Особливістю сучасного мовознавства є перехід від вивчення мови як замкнутої семіотичної системи до вивчення мови як розумово-мовленнєвого процесу. Зміна наукової парадигми призвела до виникнення потреби у вивченні закономірностей людського спілкування, а також проблем функціонування мови, особливостей її використання у різних комунікативних ситуаціях тощо. Комунікація має діяльнісний характер, оскільки у ній беруть участь співрозмовники, які є суб'єктами процесу спілкування і виступають у ньому зі своїми намірами, цінностями, особистісними характеристиками, певними психологічними якостями, мотивами, цілями тощо.

Мовна комунікація – це упорядковане явище, яке ґрунтується на плануванні мовленнєвих дій та виборі оптимального способу досягнення мети комунікантів. Кожне висловлювання і їх послідовність виконує багато функцій і має на меті декілька цілей, у зв'язку з якими мовець обирає мовленнєві засоби, що оптимально відповідають наявним цілям [103, с. 193]. Повідомляючи щось, адресант, насамперед, думає про результативність свого повідомлення, тобто про його ефективність. Проте, у той же час враховує різні підходи, які в більшій чи меншій мірі відповідають конкретній ситуації спілкування. Це дає змогу розглядати мовну комунікацію в аспекті загальної стратегії (з огляду на мету) і конкретної тактики (з огляду на її досягнення). О.С. Іссере уточнює, що мовна комунікація – це стратегічний процес, базою для якого є вибір оптимальних мовних ресурсів. Стратегія мовної поведінки охоплює всю сферу побудови процесу комунікації, коли метою є досягнення певних результатів [59, с. 10].

Для досягнення ефективності у спілкуванні співрозмовники намагаються вплинути один на одного з метою змінити думки або поведінку

слухача (слухачів) у спланованому мовцем напрямку. Метою провокаційного мовлення є вплив провокатора на реципієнта для отримання бажаної інформації, тому вдале стратегічне планування мовленнєвої діяльності, тобто адекватний вибір стратегій і тактик спілкування, з урахуванням фактору адресата і типу комунікативної ситуації забезпечує ефективну комунікацію.

Антропоцентрична парадигма сучасної лінгвістики ставить у центр наукової уваги *homo loquens* (людина, яка говорить) – суб'єкта мовленнєвої діяльності, тобто мовну особистість, її психологічні, соціальні, комунікативні характеристики та взаємодію з іншими комунікантами. Провокатор та реципієнт є головними учасниками інтерактивної взаємодії провокаційного мовлення і впливають на динаміку розгортання комунікативних ситуацій.

### **1.1. Провокація як інструмент впливу та комунікативна стратегія**

Комунікація, безумовно, є невіддільним компонентом соціального життя. Учасники комунікації постійно перебувають в умовах мовленнєвого впливу, який здійснюється на них іншими комунікантами, або ж самі виступають суб'єктами цього впливу.

Сучасний комунікативний простір є складною системою, у якій людина в різних ситуаціях та за певних обставин поводить і спілкується неоднаково, що характеризується багатогранністю та багатоаспектністю комунікативних процесів і зумовлює різноманіття типів комунікації. Розмовляючи, мовець може передавати певну інформацію, виражати позитивні або негативні почуття, стимулювати будь-які дії з боку слухача, примушувати інших щось робити, впливати на емоційний стан співрозмовників тощо.

Наше дослідження присвячене вивченню особливого типу спілкування, яке внутрішньо розраховано на отримання відповідної інформації, коли мовець говорить не для того, щоб передати певну інформацію, а, навпаки,

для її отримання (отже, ми можемо говорити про “випитування” інформації). Такий тип спілкування в лінгвістиці ідентифікують як провокаційний [50, с. 38]. Більшість словників тлумачать провокацію (від лат. *provocatio* – виклик) як “навмисні дії проти окремих осіб, організацій, держав тощо з метою викликати передбачувану реакцію у відповідь і підбурити їх на згубні для них вчинки або рішення”, а провокатора як “таємного агента, що діє шляхом провокацій; підбурювача, який діє зі зрадницькою метою; особу, яка щонебудь провокує” [256, с. 590]. Отже, відповідно до визначень, провокація має переважно негативне значення, викликає негативну реакцію, про що свідчать і такі словосполучення, як *provocative statement* – провокаційне твердження, *provocative violence* – провокаційне насилля, *provoked aggression* – спровокована агресія, *provoking behavior* – зухвала поведінка. Проте, поряд з ними можна знайти і позитивне вираження провокації, щоправда в значно меншому прояві, наприклад: *thought-provoking question* – питання, що заставляє замислитись, *to provoke interest* – викликати інтерес.

Отже, провокацію розглядають з двох точок зору. З одного боку, її можна характеризувати як дію, пов’язану з конфліктом і спрямовану на умисний виклик, підбурювання, протистояння, напад, обман, агресію тощо. Зауважимо, що така провокація є некооперативним способом мовленнєвого впливу на партнера по комунікації, що завдає йому шкоди та негативних наслідків. З іншого боку, провокацію можна розглядати як стимулювання, мотивування до мовленнєвих дій тощо. Тоді вона позбавлена негативних компонентів і виконує функцію каталізатора розвитку кооперативного спілкування. Вважаємо за доцільне виокремити два основні типи провокації, тобто кооперативний та конфліктний, а також їх поєднання у процесі розробки типології комунікативних ситуацій провокаційного мовлення.

Провокаційне мовлення ми розглядаємо як інструмент мовленнєвого впливу, направлений на отримання певної інформації. Зазначимо, що мовленнєвий вплив привертав науковий інтерес ще з античних часів, коли в рамках риторики вивчалися прийоми практичного красномовства і техніки

ведення суперечки. Риторика в античний період – це мистецтво усних прилюдних виступів, що досліджує закономірності породження, передачі і сприйняття мови. Основою такого впливу були правила логічних міркувань і переконань. У середньовіччі риторика практично зникла як наука і відродилась у XX столітті на новій психологічній основі як “наука про ефективне спілкування” [154, с. 55]. Тепер мовленнєвий вплив розглядають не стільки як науку про красномовство, ораторське мистецтво – передусім дослідників цікавлять психологічні, емоційні прийоми переконання, а також засоби передачі їх у мовленні, що, власне, зумовлено глобалізацією світу, розширенням сфер спілкування людей, переглядом загальної концепції людини в суспільстві, пов’язаною із демократизацією та своєрідним поєднанням персоніфікації людини як особистості в соціумі, зростанням інтересу до вивчення комунікативного процесу, аналізу мовленнєвої поведінки комунікантів у різних типах дискурсу, пошуку шляхів підвищення ефективності мовної комунікації, виявлення успішних мовленнєвих взаємодій. Сучасна лінгвістика має велику кількість підходів до дослідження проблеми мовленнєвого впливу, які нерідко доповнюють один одного Р.М. Блакар [19], О.С. Гаврилова [28], О.В. Денисюк [40], Є.Л. Доценко [44], В.І. Карасик [68], Д. Карнегі [70; 211], В.В. Козлова [77], В.В. Красних [81], О.О. Леонтьєв [95], В.А. Мальцева [106], А.О. Негришев [124], О.О. Селіванова [143], Т.В. Стасюк [151], Й.А. Стернін [154], Л.Л. Федорова [175], Р. Чалдіні [190], В.П. Шейнов [196], О.В. Шелестюк [197], Е. Шостром [202] та багато інших.

Здебільшого під мовленнєвим впливом (у широкому значенні) розуміють “мовне спілкування, взяте в аспекті його цілеспрямованості, мотиваційної обумовленості” [59, с. 21]. Науково обґрунтовано, що в будь-якому акті мовленнєвого спілкування комуніканти намагаються досягти немовленнєвих цілей, які регулюють діяльність співрозмовника. Р.М. Блакар стверджував, що висловитись “нейтрально” неможливо, оскільки навіть

неформальна розмова передбачає “використання влади”, тобто впливу на сприйняття та структурування світу іншою людиною [19, с. 89].

А.О. Негришев розглядає мовленнєвий вплив як вияв психологічного комунікативного впливу, що здійснюється тільки чи, переважно, за допомогою мовних засобів, що реалізуються в мовленні і явно або приховано спрямований як на сферу раціонально-критичного, так і підсвідомого сприйняття [124, с. 9]. Критеріями мовленнєвого впливу дослідник називає інструментальність та направленість засобів впливу на певні сфери свідомості індивіда. О.О. Селіванова аналізує мовленнєвий вплив як мовленнєву дію адресанта, яка керується цільовою установкою мовного спілкування, спрямована на зміну поведінки, психологічних станів, свідомості адресата, оцінки ним певного явища тощо [144, с. 355]. Аналогічної думки дотримується і Й.А. Стернін, який визначає мовленнєвий вплив як “вплив людини на іншу людину чи групу осіб за допомогою мови і невербальних засобів, що супроводжують мову для досягнення мовцем поставленої цілі” [154, с. 51]. Під мовленнєвим впливом також розуміють регуляцію діяльності однієї людини іншою за допомогою слова [49, с. 107].

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), а й їх взаємна діяльність, тобто взаємодія, що передбачає результат для обох комунікантів” [194, с. 140]. Спілкування є тим природнім середовищем, у якому учасники процесу комунікації реалізують себе, досягають (або не досягають) своїх намірів, змістом яких є певні реакції співрозмовників. Ефективність спілкування вимірюється планованими чи не планованими результатами. У разі досягнення адресантом комунікативної мети і збереження балансу відносин із співрозмовником (комунікативної рівноваги), мовленнєвий вплив можна вважати ефективним.

Провокаційне мовлення використовують для здійснення впливу на людей. Людину (яка може усвідомлювати або не усвідомлювати це)

“змушують”, іноді проти її волі та бажання, повідомити певну інформацію. Репліка адресанта-провокатора може спонукати адресата сказати більше запланованого. Провокація – це вишуканий силовий вплив, адже людина зазвичай не припускає, що її збираються спровокувати на мовленнєву дію, яка не на користь їй самій, проте, провокаційне мовлення не завжди має негативну мету.

Ефективність спілкування певною мірою залежить і від комунікативної позиції адресанта, тобто від ступеня впливу, авторитетності мовця стосовно його співрозмовника [154, с. 52]. Комунікативна позиція адресанта може змінюватися в різних ситуаціях спілкування, а також у межах однієї комунікативної ситуації. Адресант-провокатор, який користуються довірою адресата зможе набагато швидше досягти поставленої мети.

Результатом більшості мовленнєвих дій є комплекс перлокутивних реакцій, що включають і емоційне налаштування. Особливу значимість для результатів мовленнєвого спілкування має такий фактор, як позитивний емоційний фон. Важливим поняттям для будь-якого типу спілкування, а надто для кооперативної реалізації провокаційного мовлення, є комунікативна комфортність, яка полягає у встановленні відчуття безпеки, довіри між комунікантами, позитивному спілкуванню, бажанні продовжувати розмову і забезпечує комунікативну кооперацію (співробітництво), що “характеризується узгодженістю намірів, стратегічних програм комунікантів, симетричними відношеннями між ними, балансом комунікативних статусів, ефективністю й оптимальністю спілкування” [144, с. 234].

Теорія мовленнєвого впливу передбачає, що будь-яке мовне висловлювання зображує світ очима його автора. Оскільки мова – семіотичний код, вона нав’язує систему цінностей, систему уявлень мовця і, відповідно, неминуче конструює модель світу. Мова – це нейтральне відображення фактів за принципом дзеркала. Зауважимо, що мова як інструмент впливу, не може бути “нормальним” дзеркалом, вона (незалежно від волі мовця) завжди, в тій чи іншій мірі, виявляється кривим дзеркалом,

“кривизна” якого визначається комунікативними завданнями автора і його картиною світу [63].

Мовленнєві дії комуні кантів, як правило, спрямовані на досягнення певного результату. В процесі спілкування відбираються найбільш ефективні мовленнєві засоби, які сприяють досягненню цього результату. Завдання мовленнєвого впливу полягає в тому, щоб змінити поведінку чи думку адресата в необхідному для адресанта напрямку. Деякі дослідники говорять про диференціацію видів мовленнєвого впливу на персуазію (переконання) та сугестію (навіювання). Персуазія – це “вплив переконання шляхом апеляції до свідомості реципієнта”; під сугестією розуміють “прихований вплив шляхом апеляції до підсвідомих структур та механізмів” [цит. за 124, с. 7-8]. Цілком виправданим виявляється розгляд персуазії та сугестії в якості способів мовленнєвого впливу, тобто видових понять по відношенню до родового. Хоча ці способи впливу не обмежуються лише мовними засобами, проте вплив через мову неминуче передбачає як переконання, так і навіювання, тобто апеляцію як до механізмів свідомого, так і несвідомого сприйняття. Провокація як категорія мовленнєвого впливу поєднує у собі як персуазію, так і сугестію, адже бажаючи дізнатись інформацію адресант-провокатор може, наприклад, вдатись до переконання співрозмовника у не зовсім правдивій інформації, видаючи її як істинну, чим викличе реакцію незгоди з наведеною інформацією. Реципієнт почне заперечувати й, можливо, “проговориться”, наводячи аргументи, конструктивні докази на захист своєї точки зору, уточнюючи або більш чітко визначаючи власну позицію. Тоді провокація завершується успіхом, адже провокатор отримав уявлення про міркування свого партнера з теми, що його цікавила. Під час провокаційного спілкування сугестія може реалізуватись через емоційний чи психологічний вплив, наприклад: авторитет провокатора, прийняття на віру його слів тощо.

В.І. Карасик розрізняє інтенціональний і неінтенціональний вплив, тобто розглядає мовленнєвий вплив з точки зору усвідомленості мовленнєвих

дій. Головними засобами інтенціонального мовленнєвого впливу дослідник вважає: 1) авторитет; 2) маніпуляцію; 3) аргументацію; 4) силу (фізичну чи психологічну) [68].

Л.Л. Федорова виділяє такі типи мовленнєвого впливу: 1) соціальний; 2) волевиявлення; 3) роз'яснення/інформування; 4) оцінний та емоційний. До соціального відносяться певні соціальні акти (привітання, клятва, молитва), коли передачі власне інформації немає. До волевиявлення відносяться мовленнєві акти наказу, прохання, відмов, порад тощо, тобто ті мовленнєві акти, що спрямовані на виконання волі адресанта. До типу "роз'яснення/інформування" автор включає пояснення, доповідь, повідомлення, зізнання. Оцінний та емоційний тип мовленнєвого впливу пов'язаний з суспільними, морально-правовими відносинами чи зі сферою суб'єктивно-емоційних відносин (осуд, похвала, звинувачення, образа, погроза) [цит. за 59, с. 22].

Й.А. Стернін пропонує більш детальну класифікацію мовленнєвого впливу і виділяє такі його види: 1) доведення (доводити – це наводити аргументи, які підтверджують правильність якоїсь тези; при доведенні аргументи наводяться системно, продумано, відповідно до законів логіки. Доведення – це логічний шлях мовленнєвого впливу); 2) переконання (переконуючи, мовець дає співрозмовнику впевненість у тому, що істина доведена; при переконанні використовується і логіка, і емоційний тиск); 3) вмовляння (переважно емоційне спонукання співрозмовника відмовитися від його поглядів і прийняти погляди адресанта; вмовляння завжди здійснюється дуже емоційно, інтенсивно, використовуються особисті мотиви, зазвичай, ґрунтується на багаторазовому повторенні прохання чи пропозиції); 4) благання (високо емоційне прохання); 5) навіювання (базується на сильному психологічному, емоційному тиску, часто на авторитеті адресанта); 6) наказ (спонукання людини до виконання певної дії без будь-якого пояснення через залежність від посадового чи соціального положення); 7) прохання (полягає у спонуканні співрозмовника зробити щось в інтересах мовця, керуючись

просто добрим ставленням до нього); 8) примушування (базується на тому, щоб примусити людину зробити щось проти її волі, зазвичай, у формі грубого натиску, погрози) [154, с. 59-61]. Ефективність мовленнєвого впливу залежить від вміння мовця обирати адекватні засоби мовленнєвого впливу на адресата, а також в умінні вдало поєднувати різні засоби мовленнєвого впливу залежно від співрозмовника та ситуації спілкування.

Мовленнєвий вплив є складною формою мовленнєвої діяльності. Ми розділяємо думку О.О. Леонтьєва стосовно того, що метою мовленнєвого впливу є певна організація діяльності людини; вплив адресанта на реципієнта з метою “спровокувати” його поведінку в потрібному напрямку. Дослідник вводить два поняття: “поле значення”, “сміслові поле”. Під “полем значення” розуміють систему категорій, за допомогою якої людина сприймає та інтерпретує світ. “Сміслові поле” розглядається, як структура віднесеності значень до виражених у них мотивів. О.О. Леонтьєв розмежовує вплив через інформування і вплив через переконання. Перший має на меті зміну поля значення реципієнта через повідомлення йому таких фактів про невідомі йому елементи дійсності, на основі яких він змінить свою поведінку чи принаймні своє ставлення до цієї дійсності, або через повідомлення реципієнту нової інформації про вже відомі йому речі, причому такої інформації, яка є об’єктивно суттєвою. Другий передбачає моделювання суб’єктом комунікації смислового поля реципієнта, зміну ставлення реципієнта до навколишньої дійсності, не торкаючись його абстрактних знань про неї. Тобто, ми не повідомляємо реципієнту нічого нового, але те, що він вже знає, представляємо для нього з нового погляду [95, с. 171-174].

Із концепцією О.О. Леонтьєва співзвучним є погляд В.В. Красних, який вважає, що “мовленнєвий вплив полягає в тому, що на основі моделювання стану свідомості реципієнта і на основі знань про правила оптимального перетворення змісту (індивідуального) в значення (суспільне надбання) мовець кодує бажані зміни в свідомості реципієнта у вигляді мовного (мовленнєвого) повідомлення. Реципієнт, сприймаючи це повідомлення,

декодує його і “вибирає” з нього приховану за зовнішнім планом (планом значення) глибинну інформацію, яка зумовлює реальну чи потенційну зміну його діяльності” [81, с. 171].

Дискусійними при визначенні мовленнєвого впливу є питання його одно- або двобічності. Усі вищезгадані класифікації розглядають мовленнєвий вплив з точки зору його односпрямованості, тобто партнер по комунікації виконує пасивну функцію – він виступає об’єктом, який сприймає вплив з боку мовця. Проте існує й інший підхід, у рамках якого мовленнєвий вплив співвідноситься із мовленнєвою взаємодією. К. Бурк стверджує, що під час комунікації спостерігаються процеси взаємовпливу, оскільки при спілкуванні відбувається ідентифікація моделей світу та взаємне корегування структур свідомості обох комунікантів [цит. за 59, с. 24]. Мовець змінює свої стратегії мовленнєвого впливу залежно від свого співрозмовника. Аналогічної позиції дотримується Ч. Ларсен, вказуючи на те, що “переконання – це спільна ідентифікація, яка відбувається при використанні мовцем символів, причому в процесі беруть участь обидва – мовець і слухач” [цит. за 59, с. 24].

Ми погоджуємось із думкою, що мовленнєвий вплив – це двобічний процес, оскільки в процесі спілкування і адресант, і адресат можуть взаємовпливати один на одного, регулювати хід комунікації, змінювати картини світу один одного. Провокаційне мовлення, на перший погляд, можна віднести до односпрямованого процесу, оскільки явище мовленнєвого впливу пов’язане, в першу чергу, із намірами мовця. Будучи суб’єктом мовленнєвого впливу, адресант-провокатор у спілкуванні регулює діяльність свого співрозмовника, намагається вплинути на реципієнта таким чином, щоб той надав йому бажану інформацію, тобто викликати в нього певну мовленнєву реакцію чи дію. За допомогою мови він спонукає партнера по комунікації почати, змінити, закінчити певну дію, впливає на прийняття ним певних рішень чи на зміну його уявлення про світ. Таким чином, аналіз провокаційного мовлення як категорії мовленнєвого впливу, зазвичай, здійснюється з позиції одного з комунікантів – суб’єкта мовленнєвого

впливу, а в якості об'єкта впливу виступає партнер по комунікації. Проте, під час комунікації здійснюється корекція моделей світу всіх учасників спілкування; адресату, таким чином, теж належить активна роль, тобто він нарівні з адресантом-провокатором виступає в ролі суб'єкта комунікації. Саме від адресата залежить реалізація комунікативного задуму провокатора, адже не слід забувати, що реципієнт може не піддатися цьому впливові і, власне, сам зможе спровокувати адресанта, викликати незаплановану дію з його боку і, таким чином, поміняти з провокатором ролями.

Маніпуляція є одним з різновидів мовленнєвого впливу і відображається на результаті інтеракції. Мовленнєву маніпуляцію розуміють як вид мовленнєвого впливу, який здійснюється шляхом використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на когнітивну діяльність та поведінку адресата в інтересах маніпулятора [148, с. 36]. У більшості праць із проблем маніпулятивного впливу акцентують увагу на двох характерних ознаках маніпуляції. Передусім виокремлюють саме прихований характер впливу маніпулятора на реципієнта: В.Г. Афанасьєв [6], Е. Берн [13; 14], М.Р. Бітянова [18], О.В. Дмитрук [42], Є.Л. Доценко [44], О.П. Єрмакова, О.А. Земська [47], Є.П. Ільїн [56; 57], Г.О. Ковальов [74], Г.А. Копніна [78], В.М. Куніцина [88], Г.Г. Почепцов [134; 135; 136], Л.Є. Сорокіна [149], А.У. Хараш [182], Р. Чалдіні [190], Е. Шостром [202] та інші. Маніпулятивний вплив визначають як приховане програмування особистого ставлення до зображуваних фактів та подій [46], “неявне спонукання” [44], коли в об'єкта маніпуляції (реципієнта) зберігається ілюзія самостійності в рішеннях та діях. На думку М.Р. Бітянової, саме в прихованому характері (прихованим є як факт впливу, так і його мета) і полягає сила маніпуляції [18, с. 75].

Іншою важливою характеристикою маніпулятивного впливу вважають використання обманних прийомів та способів впливу, різного типу перекручення дійсності [43; 44], які спонукають реципієнта до таких дій та повідомлень, що завдають шкоди його комунікативним інтересам, яких він

би не здійснив, якби його не ввели в оману. У випадку маніпуляції акцентують на елементі ошуканства, до якого вдається маніпулятор. У зв'язку з цим маніпуляцію розглядають як односторонній вплив суб'єкта маніпуляції на її об'єкт, прагнення маніпулятора отримати односторонню вигоду, “односторонню перевагу” [167]. Маніпуляція – це нерівноправна взаємодія, більшу активність у якій виявляє саме маніпулятор, ігноруючи інтенції та наміри реципієнта, намагається нав'язати йому певні ідеї, мовленнєві дії, форми поведінки, які не збігаються з його існуючими бажаннями та намірами.

Ми переконані, що провокаційне мовлення є інструментом саме маніпулятивного мовленнєвого впливу, оскільки за допомогою мови провокатор намагається свідомо вплинути на реципієнта з метою спонукати його надати інформацію, виконати певні мовленнєві дії, змінити свою мовленнєву поведінку тощо. Інакше кажучи, діяти в інтересах провокатора, при чому несвідомо і всупереч своїм власним намірам. Провокація набуває всіх вищеперерахованих ознак маніпулятивного впливу, а саме: має приховану природу, реалізується за допомогою хитрощів, провокатор розглядає свого співрозмовника як об'єкта досягнення комунікативної мети, ігнорує його наміри та інтенції, намагається контролювати поведінку, думки та емоції реципієнта. Зауважимо, що реципієнт втрачає розуміння своїх власних пріоритетів, не усвідомлюючи цього. Маніпуляцію і провокацію об'єднує те, що в результаті міжособистісної взаємодії односторонню вигоду отримує лише суб'єкт комунікації, тобто маніпулятор чи провокатор, в об'єкта маніпуляції (реципієнта) зберігається ілюзія самостійності у прийнятті рішень та дій тощо.

Різниця між провокацією і маніпуляцією полягає у тому, що маніпулятор здійснює свій мовленнєвий вплив приховано, натомість провокатор може здійснювати його як приховано, так і відкрито, залежно від стратегічного задуму, якого дотримується провокатор. Маніпуляція є ширшим поняттям порівно з провокацією. Це пов'язано з тим, що

маніпуляція охоплює більшу сферу використання, зокрема в політиці, маніпулювання суспільною думкою, суспільною свідомістю, міжособистісні маніпуляції, соціально-політичні маніпуляції тощо.

Отже, провокація є інструментом маніпулятивного мовленнєвого впливу з боку адресанта-провокатора на реципієнта. Мовну та позамовну провокацію можна розглядати як приховане нав'язування певної дії партнеру по комунікації. Адресант-провокатор впливає на мовленнєву поведінку, свідомість та вербальну й невербальну реакцію свого співрозмовника з метою досягнення бажаного перлокутивного ефекту.

Провокаційне мовлення можна описувати зі стратегічної точки зору, оскільки провокація як вид комунікації має стратегічний характер. Мовленнєва діяльність – це стратегічний процес, основою якого є вибір оптимальних мовленнєвих ресурсів. Передачу повідомлення в процесі комунікації можна розглядати як серію рішень мовця. Більшість з них приймається не усвідомлено, автоматично, проте існує ряд ситуацій, що потребують свідомого пошуку [59, с. 10]. Стратегія – це план комплексного мовленнєвого впливу, який реалізує мовець для “обробки” партнера. Це власне “наси́льство” над адресатом, спрямоване на зміну моделі світу та трансформацію його концептуальної свідомості [59, с. 102].

За словами К. Келлерманн, комунікація – “стратегічна”, оскільки люди не спілкуються без мети; мета мотивується бажанням мовця досягти за допомогою мовленнєвих дій певних результатів. Залежно від мети відбувається відбір і структурування “символів” (мовних засобів). Для того, щоб правильно побудувати своє висловлювання, провокатор (мовець) повинен чітко розуміти, чого він хоче досягти, і відповідно до цього грамотно спроектувати свої міркування. По-друге, комунікація стратегічна з огляду на те, що здійснюється під натиском двох постійно існуючих факторів – соціальної прийнятності й ефективності. По-третє, стратегічний характер комунікації зумовлений тим, що в процесі мовлення відбувається постійна адаптація до змінних обставин спілкування [цит. за 59, с. 102].

На думку О.С. Іссерс, стратегія – це певна послідовність дій (у даному випадку мовленнєвих), організованих відповідно до цілей взаємодії. Передумовою стратегії є мотив, мета, що пов’язується із бажанням, волею суб’єкта. Досягнення мети можливе, якщо мовець під час спілкування контролює інтелектуальні й емоційні процеси слухача таким чином, щоб це призвело в кінцевому результаті до потрібних йому дій. Методи, якими користується мовець при “обробці” партнера, є або безпосередніми стимулами до дії, або умовами, що їх спричиняють. Стратегічний задум визначає вибір засобів та прийомів, що допоможуть домогтися того, щоб співрозмовник діяв відповідно до бажань мовця [59]. Як стверджує Т.А. ван Дейк, існує декілька способів досягнення мети і стратегії мають відношення до “вибору”, що дозволяє людині досягти цієї мети. Оптимальне досягнення мети є одним з типових проявів “хорошої” стратегії; при цьому або досягається максимальна кількість намірів, або досягнення кожного з намірів здійснюється наскільки це можливо, відповідно до запланованих бажань, що стоять за планом дій [37, с. 272].

Для адресанта-провокатора стратегічне і тактичне планування своїх дій є цілком усвідомленим завданням, оскільки бесіда чи розмова є не хаотичним, а впорядкованим явищем. Питання ефективності комунікації впливає на мовленнєве планування, яке іноді може досягати рівня технологій. Мовленнєва поведінка в рамках провокації є варіативною – оскільки реалізацію комунікативного завдання можна здійснити кількома способами. Співрозмовники корегують свої дії залежно від мінливої комунікативної ситуації, залишаючись у межах єдиного надзавдання. Надзавдання і способи його реалізації співвідносяться із стратегіями і тактиками. Комуніканти сприймають мовлення як спосіб досягти певних намірів, основна увага фіксується на досягненні успішності мовленнєвих дій. Мовленнєві стратегії можна описати, як “сукупність процедур над моделями світу учасників ситуації спілкування” [8, с. 11]. Люди намагаються вплинути на співрозмовників, нав’язати їм свою думку, ухилитись від відповіді, приховати

небажані для них факти тощо, і мова має певні ресурси для досягнення цих намірів. Вибір мовленнєвого оформлення здебільшого не буває випадковим та визначається стратегічними і тактичними завданнями.

Прогнозування мовленнєвих дій означає також, що людина враховує інформацію про взаємозв'язок між майбутніми мовленнєвими діями і ситуацією, у рамках якої вони реалізуються. Головна мета прогнозування полягає в максимально ефективній побудові ментальних уявлень. Очікування того, що буде сказано, полегшує процес взаємодії. Тому когнітивне планування є стратегічним процесом, у результаті якого в свідомості адресанта конструюється ментальне уявлення про майбутню мовленнєву подію [56, с. 94]. “У той час як когнітивні стратегії є (часто несвідомо) способами обробки складної інформації в пам'яті, мовленнєві стратегії є специфічними властивостями мовленнєвої взаємодії. Очевидно, і ці стратегії мають когнітивні виміри, наприклад, планування і контроль” [37, с. 277].

“Етапи діалогу неможливо запланувати у всіх деталях хоча б тому, що невідомо, що скаже партнер на кожній стадії розвитку бесіди. І все ж учасник мовленнєвої взаємодії може мати загальну стратегію, що визначає ходи, які він чи вона захоче зробити в критичних пунктах” [37, с. 273].

Ми вважаємо, що, хоча основою провокації є результативний вплив на партнера по комунікації, пріоритет інтересів провокатора над міркуванням його співрозмовника, усе ж стратегічно важливо враховувати й інтереси реципієнта. Отже, одним із важливих параметрів провокаційного мовлення як стратегії, на нашу думку, є націленість на кооперацію або її відсутність, що забезпечує гармонію чи дисгармонію у спілкуванні. Цей параметр ліг в основу класифікації стратегій провокаційного мовлення на два види: кооперативні та некооперативні (конфронтаційні), а також їх поєднання.

Перед тим, як планувати комунікативну поведінку провокаційного мовлення, слід враховувати (хоча б інтуїтивно), чи відповідають умови спілкування успішному втіленню мовленнєвих дій. Якщо заздалегідь зрозуміло, що під час розмови не вдасться досягти бажаних результатів, то не варто її і

починати. Для досягнення мети провокатору важливо вдало вибудувати комунікативний контекст як складову ситуації спілкування. Вчасно зроблений комплімент, похвала, приємні слова на адресу реципієнта як стратегічні мовленнєві дії, допоможуть емоційно налаштувати співрозмовника на кооперативне спілкування, що, відповідно, сприятиме досягненню мети комунікації. Обираючи стратегію спілкування, слід враховувати і соціальну ситуацію, тому що значення і функції цієї стратегії будуть розрізнятися залежно від того, чи здійснюється вона в неформальній обстановці, чи в ситуації офіційного спілкування. Наприклад, той самий комплімент може бути розцінений як лестощі, підлабузництво, а похвала часто сприймається негативно, породжує відчуття дискомфорту, зняковіння, викликає оборонну реакцію, може розцінюватись як спроба маніпуляції, що не зовсім сприятиме реалізації мети. Отже, контекстуальна інформація допомагає вибудувати ефективний план мовленнєвих дій та поведінки, а її відсутність впливає на якість мовленнєвого планування, перешкоджає реалізації мовленнєвих стратегій і тактик.

Отже, провокація має стратегічний характер, тому що передбачає певну послідовність мовленнєвих дій, організованих відповідно до прогнозованого результату спілкування. Для розвитку комунікативного контакту в бажаному для провокатора-адресанта напрямі важливо контролювати інтелектуальні та емоційні процеси реципієнта таким чином, щоб в кінцевому результаті вони допомогли йому (реципієнту) прийняти потрібне для провокатора рішення. Мовну провокацію можна співвідносити зі стратегією, тому що вона охоплює всю сферу побудови комунікаційного процесу, включаючи умови спілкування, комунікативну ситуацію, індивідуальність комунікативних партнерів тощо і націлена на досягнення певних результатів та реалізацію певного плану.

## **1.2. Провокація як розумово-мовленнєва діяльності людини**

Мовленнєва діяльність – це активний, цілеспрямований процес створення та сприйняття висловлювань, що здійснюється за допомогою

мовних засобів під час взаємодії людей у різних мовленнєвих ситуаціях [45, с. 257]. Людина висловлюється з певною метою і зацікавлена в тому, щоб досягти результату свого висловлювання – отримати відповідь, інформацію, вплинути на співрозмовника, змінити його поведінку чи погляди, домогтися бажаних результатів особистісної чи соціально-значимої взаємодії. Тому зрозумілим є те, що володіння оптимальними за ефективністю умовами і засобами мовленнєвих процесів є необхідним [32]. Мовленнєва діяльність характеризується мотивом, складається з послідовних дій, пов'язаних між собою, адже комуніканти завжди спілкуються з певною метою.

“Мовленнєва діяльність є активним, цілеспрямованим, вмотивованим, змістовним процесом видачі чи прийому сформованої і сформульованої за допомогою мови думки, що спрямована на задоволення комунікативно-пізнавальної потреби людини в процесі спілкування” [цит. за 75, с. 38]. Процеси мовленнєвої діяльності досліджує психолінгвістика – наука, що вивчає психологічні та лінгвістичні аспекти мовленнєвої діяльності людини, соціальні і психологічні аспекти використання мови в процесах мовленнєвої комунікації та індивідуальної розумово-мовленнєвої діяльності. У центрі уваги психолінгвістики перебуває передусім мовленнєва діяльність як специфічно людський вид діяльності, її психологічний зміст, структура, способи та форми, в яких вона реалізується [75, с. 9].

Мовленнєва діяльність має свої чітко виражені характеристики: 1) предметність діяльності (спрямованість на той чи інший предмет); 2) ціленаправленість діяльності, яка означає, що будь-який акт діяльності характеризується кінцевою ціллю, досягнення якої заздалегідь планується виконавцем; 3) вмотивованість мовленнєвої діяльності, яка визначається тим фактом, що насправді акт будь-якої діяльності підштовхується одночасно декількома мотивами, які згодом стають одним цілим; 4) ієрархічна (вертикальна) організація діяльності, яка включає ієрархічну організацію її одиниць – мовленнєвих дій і мовленнєвих операцій; 5) фазна організація мовленнєвої діяльності [93].

Предметом мовленнєвої діяльності є думка, засобом – мова, способом – мовлення, продуктом – висловлювання (текст), результатом – розуміння або нерозуміння думок автора. Структура діяльності включає в себе мотив, мету, дії та операції як засоби виконання дій. Окрім цього, до структури належать особистісні настановлення та результати (продукти) діяльності [45, с. 257].

Немає сумніву в тому, що мислення і мовлення тісно пов'язані, оскільки процеси мислення практично невіддільні від мовних. Мовлення – це інструмент, який найбільше пристосований до розвитку думки; мовлення існує як засіб досягнення немовленнєвих цілей і як самоціль. Крім того, мовлення – це ще й засіб регуляції поведінки інших людей, який повністю підпорядкований завданням мовця [81, с. 83].

Мовленнєва діяльність, як і будь-який вид діяльності, спрямована на досягнення певної мети, яка і визначає вибір дій, способу врахування умов, у яких реалізуються ці дії. Розумово-мовленнєва діяльність, як правило, проходить етап орієнтування і підготовки плану дій, у процесі виконання якого використовуються механізми контролю та корекції, що дозволяють порівняти отриманий результат з окресленим планом і, за необхідності, внести в дії певні зміни.

Мовленнєво-розумова діяльність є особливим процесом, у якому відбувається усвідомлення мотивів, потреб, намірів; реалізується ймовірне прогнозування результатів висловлювання на основі минулого досвіду з урахуванням обставин та умов комунікативної ситуації. У розвиненого в мовному плані комуні канта зі швидкою реакцією ці підготовчі процеси відбуваються стрімко на підсвідомому рівні, їх завершенням є створення внутрішнього плану висловлювання, що передбачає підбір вдалих мовленнєвих засобів, їх розташування в потрібній послідовності та граматичному оформленні. Певну роль у доборі вдалої лексики відіграють словесні асоціації, які формуються на основі попереднього досвіду і зберігаються в пам'яті. Успіх мовленнєвої дії залежить від того, наскільки розвиненими є у мовця комунікативні навички та уміння. Досягнення

поставленої мети шляхом переконання співрозмовника вимагає знання основних риторичних прийомів, а також володіння мовленнєвими тактиками переконання й спонукання до дії [29, с. 9].

Мовну провокацію ми розглядаємо як вид розумово-мовленнєвої діяльності, оскільки вона характеризується цілеспрямованістю та вмотивованістю. Провокаційне мовлення – складний вид комунікації, тому що в його процесі адресант-провокатор, усвідомлюючи свої потреби, мотиви, задуми, намагається всебічно проаналізувати ситуацію, спланувати (у формі внутрішнього програмування) свою діяльність і спрогнозувати її можливі результати, реалізувати і контролювати процес спілкування, відповідно до цього здійснювати окремі мовленнєві дії і, зрештою, порівняти результати своєї діяльності з її метою (задумом), що дає змогу усвідомити успішність чи неуспішність спілкування. Комунікативна ситуація диктує мотив, що втілюється в інтенції (комунікативному намірі) адресанта.

Провокаційне спілкування, як і будь-який тип комунікації, має діяльнісний характер. Під час комунікації і в мовця, і в слухача є свої мотиви, задуми і наміри, які впливають і на процес формування висловлювання, кодування інформації, і на процес декодування мовного повідомлення. Розуміння – це не просто пасивне конструювання репрезентації мовного об'єкта, а частина інтерактивного процесу, в якому слухач активно інтерпретує дії мовця [38, с. 161]. У процесі спілкування провокатор виступає носієм наміру (інтенції), ціль якого – досягнення певного результату, для якого використовуються необхідні мовні засоби, які, в свою чергу, сприяють чи не сприяють досягненню мети комунікації.

Отже, провокаційне мовлення є різновидом розумово-мовленнєвої діяльності, оскільки включає мотив, який полягає в тому, щоб вплинути на реципієнта таким чином, щоб він надав бажану інформацію. Відповідно до цього планується та внутрішньо організовується процес мовленнєвої діяльності, тобто прогнозуються етапи мовленнєвих дій, обираються засоби та способи впливу, відбувається ймовірне передбачення мовленнєвих дій

реципієнта тощо. Результатом мовленнєвих дій провокатора при вдалому плануванні є досягнення ним мети комунікації, при неефективному плануванні провокатор зазнає комунікативної невдачі. Отже, кожна дія провокатора починається з мотиву, плану і закінчується результатом.

### **1.3. Конфлікт і кооперація – критерії розмежування комунікативних ситуацій**

Спосіб досягнення комунікативної мети визначає орієнтацію провокаційного спілкування на конфлікт чи кооперацію. Ми поділяємо думку Н.І. Формановської, що “при кооперативному спілкуванні оцінки, стосунки, наміри комунікантів не суперечливі, знаходяться у відповідності, тому тексти будуються у тональності згоди. У конфліктному спілкуванні оцінки як поточної ситуації, так і загальних позицій, намірів знаходяться у протиріччі, тому тексти будуються у тональності незгоди, розбіжності, конфлікту” [177, с. 18]. Так, А.Т. Ішмуратов виокремлює три види спілкування: співробітництво, суперництво і конфлікт/конфронтацію. Зауважимо, що конфронтацію він презентує як “хворобливий” вид спілкування, а співробітництво і суперництво – як “здорове” спілкування [65, с. 180].

Емоційно-психологічна та змістово-інформативна організація повідомлення впливає на перебіг власне спілкування. Процес комунікативної взаємодії між провокатором та реципієнтом може складатись як за сприятливим, гармонійним діалогічним сценарієм, так і за несприятливим. Отже, провокація реалізується і як кооперація, і як конфронтація. Крім того, можна виділити комунікативні ситуації провокаційного мовлення конфліктно-кооперативного типу, коли конфлікт переходить у кооперацію. Тому вважаємо за доцільне розглядати особливості реалізації провокаційного мовлення в конфліктних, кооперативних та конфліктно-кооперативних ситуаціях спілкування.

У ситуаціях провокаційного мовлення задля досягнення комунікативної мети виникає необхідність та потреба у налагоджуванні кооперативної (гармонійної) міжособистісної взаємодії. Оптимальний спосіб мовленнєвого спілкування прийнято називати ефективним, гармонійним, кооперативним, спрямованим на досягнення консенсусу. У його вивченні розглядають шляхи створення мовленнєвого комфорту для учасників комунікації, засоби, які використовують комуніканти для забезпечення гармонійного спілкування [169].

Кооперативна комунікація, на відміну від конфліктної, пов'язана із дотриманням правил (принципів) мовленнєвого спілкування, основу яких складає Принцип Кооперації [224] та відповідні йому максими спілкування, суть якого формулюється так: “Твій комунікативний вклад на певному етапі діалогу повинен бути таким, якого потребує спільно прийнята мета (напрямок цього діалогу”, а також Принципу Ввічливості (Етикетності) [232], який ієрархічно підкорює собі Принцип Кооперації. Саме дотримання Принципу Ввічливості створює атмосферу позитивної міжособистісної взаємодії та забезпечує благодійний фон для реалізації комунікативних стратегій і тактик. У більшості випадків “мовець нехтує максимами, керуючись принципами більш високого порядку – соціальними. Коли існує вибір між ймовірністю образити партнера і перспективою неточно висловитись, ми зазвичай обираємо останнє, порушуючи максимум Манери (“Говори ясно”)” [59, с. 66]. Як стверджує Н.І. Формановська, об'єднання максимум П. Грайса і максимум Дж. Ліча (а іноді і протиставлення) створюють умови успішного спілкування, тобто досягнення запланованого партнерами результату [177, с. 56].

Принципи Кооперації та Ввічливості безумовно не є єдиною запорукою кооперативної комунікації. Поняття кооперації часто співвідносять із поняттям ефективності [200; 155], під яким розуміють “оптимальний спосіб досягнення поставлених комунікативних цілей” [200, с. 14]. Отже, кооперативним можна вважати таке спілкування, меті якого відповідає його результат.

Не менш важливою характеристикою кооперативного спілкування є баланс стосунків між співрозмовниками. Гармонійна комунікація передбачає дотримання паритетності в комунікативному процесі, що вимагає “зміни ролей і постійного балансування між власними інтересами і інтересами співрозмовника” [110, с. 48].

У кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення виникає потреба у налагодженні кооперативної мовленнєвої взаємодії. Для досягнення поставленої комунікативної мети необхідно створити комунікативний контакт зі своїм співрозмовником, сприятливий мікроклімат, адже атмосфера взаєморозуміння позитивно впливає на перебіг комунікації. Для провокатора важливою є демонстрація особливого, довірливого статусу міжособистісних стосунків, не забуваючи про власні комунікативні інтенції та наміри.

У кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення основним інструментом впливу є згода. У рамках кооперативної комунікативної взаємодії основною інтенцією провокатора є досягнення комунікативної мети при врахуванні інтересів співрозмовника і досягненні співпраці. Отже, у такій ситуації провокатор реалізує власні наміри та зберігає нормальні міжособистісні стосунки із своїм комунікативним партнером.

Першочерговими і вирішальними для кооперативних комунікативних ситуацій провокаційного мовлення щодо інших складових ефективної комунікації, ми вважаємо емоційний стан та емоційну налаштованість учасників комунікативного процесу. Оскільки мовлення є відображенням 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 стверджувати, що емоційний стан є важливим фактором, що впливає на успішність чи неуспішність комунікації загалом [9, 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.

Уміння успішно будувати комунікативний процес при збереженні гармонійної інтеракції є невід'ємною частиною комунікативної компетенції провокатора. Кооперативна комунікативна ситуація провокаційного мовлення характеризується симетричними відношеннями між комунікантами, партнерством, балансом комунікативних статусів, ефективністю й оптимальністю спілкування, ввічливістю з боку провокатора, застосуванням кооперативних стратегій спілкування. Провокатор ставиться до реципієнта, як до рівноправного учасника комунікації, на якого варто зважати. Такі стосунки хоча й рівноправні, проте обережні, засновані на згоді інтересів і намірів, адже провокатор, у першу чергу, прагне реалізувати свій комунікативний задум і такий тип комунікативної поведінки допомагає йому загалом. Кооперація – досягнення згоди, рівноваги, в наслідок чого спостерігається підсилення ефективності та успішності провокаційної комунікації. Все це впливає на кінцевий результат комунікативної взаємодії і сприяє успішному досягненню провокатором поставленої комунікативної мети.

Успішність характерна як для кооперативного, так і для конфліктного типів спілкування, але в кожному із цих типів вона має свої особливості [цит. за 79, с. 287]. Ефективність провокації може досягатися не лише шляхом комунікативного співробітництва, тобто кооперації та згоди, а й за допомогою конфлікту, тому провокаційне мовлення не виключає виникнення конфліктних ситуацій, оскільки часто некооперативна мовленнєва поведінка адресанта-провокатора або адресата призводить до комунікативного конфлікту. Тобто, за одних обставин провокатор може реалізувати свою комунікативну інтенцію та задум, зберігши при цьому порозуміння та комунікативну рівновагу, в інших ситуаціях провокатор досягає своїх намірів із порушенням правил міжособистісного спілкування.

Вивченню конфліктної мовленнєвої взаємодії присвячено багато праць А.Я. Анцупов, А.І. Шипилов [2], Н.А. Белоус [11], [12], О.В. Бровкіна [22], І.Є. Ворожейкін [25], Н.В. Грішина [34], І.І. Гулакова [35], А.Г. Здравомислов

[53], А.Т. Ішмуратов [65], Ю.В. Кріпак [83], О.В. Кудоярова [86], О.М. Мартинова [107], В.О. Мулькеева [122], І.В. Певнева [129], М.І. Пірен [132], О.В. Рибаківа [139], В.С. Третьякова [168; 169; 170; 171], О.В. Фадеева [172; 173], К.І. Федорова, Н.В. Сабурова, С.В. Ніколаєва [174], І.Є. Фролова [178; 179; 180; 181], Б.Й. Хасан [183], Л.В. Чайка [186; 187; 188; 189], Л.О. Шкатова [201] та інших.

А.Г. Здравомислов визначає конфлікт як важливий елемент взаємодії людей у суспільстві. “Це форма відносин між потенційними чи актуальними суб’єктами соціальної дії, мотивація яких зумовлена протистояннями у цінностях, інтересах і потребах” [53, с. 96]. Наведене тлумачення класифікує конфлікт як невід’ємну частину людського буття.

Конфлікт також визначають, як “нормальний прояв соціальних зв’язків і стосунків між людьми, спосіб взаємодії при зіткненні несумісних поглядів, позицій та інтересів, протиборство взаємозв’язаних двох і більше сторін, які дбають про власні інтереси” [25, с. 36]. Так, головною рисою конфлікту є наявність протилежних точок зору (задумів, мотивів, інтересів).

Під конфліктною ситуацією І.І. Гулакова розуміє ситуацію, у якій відбувається комунікативний конфлікт, тобто зіткнення двох сторін (учасників конфлікту) через невідповідність їхніх задумів, інтересів, поглядів, у результаті якого одна зі сторін, свідомо чи несвідомо, діє на шкоду іншій (вербально чи невербально), а інша сторона, усвідомлюючи, що вказані дії направлені проти її інтересів та намірів, вдається до відповідних мовленнєвих дій. Явище комунікативного конфлікту дослідниця розглядає стосовно умов, що складаються в рамках комунікативної ситуації (особистісних особливостей партнерів по комунікації, обставин спілкування, комунікативних цілей співрозмовників тощо), тобто стосовно структурних елементів акту комунікації [35].

Конфлікт, на думку В.С. Третьякової, передбачає стан протиборства партнерів у процесі спілкування з приводу розбіжних інтересів, поглядів, комунікативних намірів, які виявляються в ситуації спілкування.

Мовленнєвий конфлікт трапляється тоді, коли одна зі сторін на шкоду іншій свідомо й активно здійснює мовленнєві дії [169]. Схожу думку висловлює О.В. Фадєєва, яка під мовленнєвим конфліктом розуміє мовленнєвий прояв зіткнення суперечливих поглядів, цілей та намірів комунікантів [172, с. 148].

І.Є. Фролової визначає вербалізований конфлікт “як мовленнєву діяльність суб’єктів спілкування, яка виникає на підґрунті протиріччя та дисгармонізує їхні міжособистісні стосунки, або як конфронтаційну мовленнєву взаємодію” [181, с. 29]. Слід зауважити, що ознаками вербалізованого конфлікту є біполярність (опозиціонування на підґрунті протиріччя), наявність суб’єктів – носіїв конфлікту, активність сторін, виявом активності є мовлення [181, с. 27]. На думку дослідниці “міжособистісний конфлікт є матеріальним (вербальним) виявом конфлікту інтересів співрозмовників (Я vs ІНШИЙ), і стратегія конфліктної мовленнєвої поведінки спрямована на досягнення позамовних цілей” [цит. за 86, с. 104].

Ми поділяємо думку Л.В. Чайки, що природу вербального конфлікту зумовлюють немовні явища – інформація, ситуація, діяльність комунікантів [186, с. 133], тому у конфліктних ситуаціях провокаційного спілкування відбуваються не лише розбіжності у комунікативних намірах провокатора (отримати інформацію) і реципієнта (не піддатись на провокацію, небажання надавати інформацію), а також нерівноправність комунікативних ролей та соціальних статусів.

Рушійною силою провокації є мотив і мета, згідно з якими провокатор планує свої мовленнєві дії таким чином, щоб досягти успіху та ефективності мовленнєвої діяльності. Залежно від намірів, які має адресант-провокатор, обирається й ефективний спосіб їх досягнення. Метою провокатора є розгортання комунікації в бажаному для нього напрямі, тому конфліктні ситуації провокаційного мовлення базуються на принципі некооперації та конфліктності, відбувається порушення балансу спілкування, нехтування

принципами Кооперації та Ввічливості, застосовуються конфронтаційні стратегії спілкування тощо.

Інтерація комунікантів під час провокаційного спілкування не завжди може здійснюватись чітко згідно з конфліктом чи кооперацією. Іноді відбувається міксування цих комунікативних процесів. Оскільки процес інформативного обміну є дуже мінливим, провокатору доводиться пристосовуватись, коригувати власні дії та регулювати мовленнєву поведінку реципієнта для того, щоб провокація була успішною, ефективною, тому що інакше це може призвести до комунікативного дисонансу, невдачі чи провалу.

Протистояння комунікативних намірів та комунікативних ролей провокатора і реципієнта здебільшого є причиною виникнення комунікативного конфлікту, тому адресанту-провокації важливо врегулювати і вирівняти комунікативну ситуацію, тобто перейти від конфлікту до кооперації для того, щоб задовольнити свої комунікативні наміри і реалізувати прагматичну мету спілкування, або ж навпаки, навмисно викликати у реципієнта конфліктний емоційний стан, тоді ситуація змінюється із кооперативної на конфліктну, і спонукати, таким чином, реципієнта до певних комунікативних результатів, на які була спрямована мовленнєва діяльність провокатора. У конфліктно-кооперативних ситуаціях спілкування спостерігається як дотримання принципів Кооперації та Ввічливості, так і нехтування ними. Провокатор може як викликати негативні емоції у свого опонента, так і проявляти увагу, підтримку, щирість, які лише сприяють гармонійному та успішному перебігу провокації.

Для того, щоб керувати мінливим інтерактивним процесом провокатору потрібно володіти знаннями, уміннями й навичками побудови інтенційно-стратегічної програми комунікації, дотримуватись і контролювати її у процесі спілкування. Комунікативна стратегія, в широкому значенні – це проєктивне бачення провокатором як своєї мовленнєвої діяльності та поведінки, так і реципієнта, яке ґрунтується на усвідомленні шляхів оптимального

досягнення мети в умовах провокаційної інтеракції та способів їх вираження у конкретних мовних засобах. Проте сама ситуація спілкування не завжди може розгортатися бажаним для провокатора та запланованим способом. Реципієнт, не бажаючи йти на контакт та надавати інформацію, унеможливорює успішність подальшого процесу комунікативної взаємодії та досягнення провокатором перлокутивного ефекту. В таких умовах провокатору слід вербально правильно, швидко і чітко реагувати, тобто змінити розмову з конфліктої на кооперативну для того, щоб реалізувати очікувану комунікативну мету.

Отже, у межах міжособистісного спілкування провокатору важливо швидко орієнтуватися та пристосовуватися до обставин комунікативної ситуації, правильно обирати стратегії, тактики та мовні засоби їх реалізації для подолання комунікативних перешкод, запобігання комунікативним невдачам тощо. Не менш важливою є орієнтація на співрозмовника, передбачення його реакції та взаємодія в різних контекстах комунікативної ситуації.

#### **1.4. Інституційний vs побутовий типи дискурсу**

Мовна комунікація як процес, що розгортається в часі й просторі, здійснюється з використанням конкретної мови і поєднується з конкретними соціальними, фізичними, психічними, когнітивними тощо діями та станами, супроводжується взаємодією з різноманітними суб'єктами, об'єктами тощо. Таку вербалізовану мовленнєво-мисленнєву діяльність, складовими якої є мовні і позамовні компоненти, прийнято називати дискурсом [204, с. 90].

У сучасній теорії комунікації та дискурсології немає єдиної дефініції дискурсу. У нашій роботі ми притримуємося визначення дискурсу наданого Н.Д. Арутюновою: “дискурс – це зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; це текст, узятий у аспекті подій; це мовлення, яке розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь

у взаємодії людей та механізмах їх свідомості (когнітивних процесах). Дискурс – це мовлення, що занурене у життя” [4, с. 137]. Т.А. ван Дейк визначає дискурс як комунікативну подію, що відбувається між учасниками спілкування [37, с. 121]. Ми також поділяємо думку В.В. Красних, який інтерпретує дискурс як вербалізовану діяльність – сукупність процесу й результату, що має як власне лінгвістичний, так і екстралінгвістичний плани [81, с. 194].

В.І. Карасик інтерпретує дискурс як інтерактивну діяльність учасників спілкування, включаючи встановлення і підтримку контакту, емоційний та інформаційний обмін, вплив співрозмовників один на одного, що регулюється комунікативними стратегіями й тактиками та їх вербальним і невербальним наповненням в процесі спілкування, а також соціальними, психологічними та іншими чинниками, що мають вплив на розвиток комунікативної ситуації в цілому [66, с. 5-6].

Схожої думки дотримується Ф.С. Бацевич, який розглядає дискурс як тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом форм життя, залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів [10, с. 154].

І.П. Сусов дискурсом називає послідовність мовленнєвих актів [159, с. 20]. О.Й. Шейгал тлумачить дискурс як систему комунікації, яка має реальний і потенційний (віртуальний) виміри. У реальному вимірі – це поточна мовленнєва діяльність у певному соціальному просторі, яка має ознаку процесуальності та пов’язується з реальним життям і реальним часом, а також мовленнєві твори (тексти) як результат цієї діяльності, узяті у взаємодії лінгвістичних, паралінгвістичних і екстралінгвістичних факторів. До потенційного виміру дискурсу належать також уявлення про типові

моделі мовленнєвої поведінки і набір мовленнєвих дій та жанрів, специфічних для конкретного типу комунікації [195, с. 11].

На думку М.Л. Макарова, дискурс – це соціальна діяльність в умовах реального світу, а не абстрактно-теоретичний конструкт чи продукт лабораторного експерименту [103, с. 79]. К.Ф. Седов розглядає дискурс як цілісний мовленнєвий твір у різноманітності його когнітивно-комунікативних функцій [142, с. 17].

О.О. Селіванова визначає дискурс так: 1) замкнена цілісна комунікативна ситуація (подія), складниками якої є комуніканти й текст як знаковий посередник, зумовлена різними чинниками, що опосередковують спілкування й розуміння (соціальними, культурними, етнічними та ін.); 2) стиль, підмова мовного спілкування; 3) зразок мовної поведінки в певній соціальній сфері, що має певний набір змінних [144, с. 119].

У сучасній лінгвістиці існує чимало типологій дискурсів, що пояснюється багатогранністю феномену “дискурсу” і можливістю його вивчення з різних позицій. Тип дискурсу, його спрямованість може залежати від різноманітних складових мовленнєвого спілкування: соціальних ролей комунікантів, сфери спілкування, характеру комунікації тощо. “Типів дискурсивної діяльності можна виокремити стільки, скільки можливо виокремити типів людської активності й діяльності” [85, с 9].

Для нашого дослідження актуальною є класифікація з урахуванням адресатного критерію, запропонована В.І. Карасиком [66]. Ця класифікація розглядає спілкування зорієнтоване на індивіда (особистісно-орієнтоване спілкування) або на його статусну роль (статусно-орієнтоване спілкування) і виокремлює персональний (побутовий) та інституційний типи дискурсу. У першому випадку комуніканти намагаються розкрити свій внутрішній світ, у другому випадку комуніканти є представниками певного соціального інституту, виконують роль, передбачену комунікативною ситуацією.

Інституційний дискурс займає особливе місце в сучасній лінгвістиці, оскільки дослідження процесу спілкування в різних сферах людської

діяльності постає актуальним, тому в центрі наукової уваги перебувають різні типи інституційного дискурсу (юридичний, досудовий, корпоративний, медичний тощо), які розкривають спілкування у межах певних статусно-рольових відносин.

Соціальна роль – це нормативна, ухвалена суспільством модель поведінки, яка очікується від кожного, хто займає певну позицію. Соціальна роль або статус – формально встановлена позиція індивіда в ієрархії соціальної групи. Статус характеризує місце людини на вертикальній осі. Мовленнєва поведінка в рамках міжособистісного спілкування підпорядковується законам статусно-рольової взаємодії. Соціально-рольове спілкування засноване на очікуванні того, що мовна особистість буде дотримуватись мовленнєвих норм, які є властивими для її позиції в суспільстві і характеру взаємовідносин із співрозмовником. Існує два типи ситуацій рольового спілкування: симетричні та асиметричні. Перші характеризуються рівністю соціального статусу співрозмовників; інші демонструють різну позицію учасників комунікації в процесі спілкування [141, с. 82-83].

Інституційний дискурс є спеціалізованим клішованим різновидом спілкування між людьми, які можуть не знати один одного, але повинні спілкуватися відповідно до норм цього соціуму [68, с. 195].

Основними системотвірними ознаками інституційного дискурсу є наміри та учасники спілкування. Зазвичай комуніканти утворюють реляційну пару “агент” (представник інституту) та “клієнт”, перший з яких має право давати розпорядження, спонукати до дії, навчати (наприклад: учитель, суддя, лікар та ін.), а інший – учень, підсудний або пацієнт – звертається до нього, реалізуючи нормативно-ціннісні наміри певної інституційної сфери спілкування. Така пара статусно нерівних учасників комунікації є ніби ядром, навколо якого виокремлюється спілкування окремо між “представниками інституту” та “клієнтами”, а також контакти “представника інституту” з людиною, яка взагалі не має відношення до цієї соціальної групи

[141, с. 40]. На думку В.І. Карасика, на характер ситуацій інституційного дискурсу мають вплив такі категорії дискурсу: 1) учасники спілкування (статусно-рольові і ситуативно-комунікативні характеристики); 2) умови спілкування (пресупозиції, сфера спілкування, хронотоп, комунікативне середовище); 3) організація спілкування (мотиви, наміри і стратегії, розгортання і членування, контроль спілкування і варіативність комунікативних засобів); 4) способи спілкування (канал і режим, тональність, стиль і жанр спілкування) [68, с. 200-201].

Зауважимо, що побутовий дискурс – це спілкування між добре знайомими людьми з метою до підтримки контакту й вирішення побутових проблем. Його особливість полягає в тому, що спілкування відбувається природно, комуніканти спілкуються на “скороченій дистанції”, вербальне спілкування доповнюється невербальним. Цей тип дискурсу характеризується спонтанністю, високим рівнем ситуативної залежності, яскраво вираженою суб’єктивністю тощо [66, с. 6]. Інтерація у побутовому дискурсі є переважно неформальною та спонтанною і визначається особистісними стосунками між людьми. На відміну від інституційного дискурсу, спілкування в побутовому дискурсі не зорієнтоване на соціальний статус співрозмовників.

Слід відзначити, що провокаційне мовлення досить часто відбувається в межах побутового та інституційного дискурсів. Залежно від типу дискурсу та типу комунікативної ситуації (конфліктної, кооперативної, конфліктно-кооперативної) провокатор використовує певні засоби впливу задля досягнення комунікативної мети. Дослідження кожного з типів дискурсу передбачає аналіз характерних для нього мовних одиниць, стратегій спілкування з урахуванням багатьох екстралінгвістичних факторів. Особлива увага в даному дослідженні спрямована на суб’єкта мовленнєвої діяльності, тобто провокатора, оскільки особистісні характеристики учасників дискурсу неминуче впливають на модель мовленнєвої поведінки в комунікативній ситуації.

### 1.5. Мовна особистість як об'єкт лінгвістичного дослідження

Одним із пріоритетних напрямів сучасного мовознавства є дослідження мовної особистості в процесі комунікації, свідченням чого є чимала кількість наукових праць Г.Н. Беспам'ятова [15], С.В. Голик [30], І.О. Голубовська [31], Ю.В. Горицька [33], С.В. Єрмоєнко [48], С.О. Застровська [51], Ю.М. Караулов [69], В.Б. Кашкін [71], Ю.В. Крочук [84], О.В. Мазєпова [102], К.Ф. Сєдов [142], С.О. Сухих [162], Ф.І. Шарков [193] та інші. Дослідження поняття „мовної особистості” пов'язують з ім'ям Ю.М. Караулова. Під мовною особистістю він розуміє „сукупність здібностей і характеристик людини, які обумовлюють створення та сприйняття нею мовленнєвих творів (текстів), що різняться ступенем структурно-мовної складності; глибиною та точністю відображення дійсності; певним цільовим спрямуванням” [69, с. 51]. Схожої думки дотримується Ф.С. Бацевич і визначає мовну особистість як індивіда, який володіє сукупністю здатностей і характеристик, які зумовлюють створення й сприйняття ним текстів, що вирізняються рівнем структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності [10, с. 212].

Актуальною для нашого дослідження є також інтерпретація мовної особистості В.Б. Кашкіна, який розуміє “сукупність індивідуальних комунікативних стратегій і тактик, когнітивних, семіотичних, мотиваційних переваг, що сформувались в процесах комунікації як комунікативна компетенція індивіда, його комунікативний паспорт, візитна картка. Мовна особистість – зміст, центр і єдність комунікативних актів, що зорієнтовані на інші комунікативні особистості; комунікативний діяч” [71, с. 127]. На думку Ф.І. Шаркова, мовна особистість поєднує сукупність “індивідуальних властивостей і характеристик, котрі забезпечують вміння вибрати схему передачі інформації в конкретній ситуації, адекватно сприймати інформацію” [193, с. 61]. Г.Н. Беспам'ятова розуміє мовну особистість як “сукупність

характерних рис особистості, що виявляються в її комунікативній поведінці і наділяють особистість комунікативною індивідуальністю” [15, с. 10].

Загальноприйнятою є структура мовної особистості запропонована Ю.М. Карауловим [69], що складається з трьох рівнів, а саме, нульового (вербально-семантичного), першого (лінгво-когнітивного) та другого (мотиваційного). Дана трьохрівнева модель дозволяє розглядати різноманітні якісні ознаки мовленнєвої особистості у рамках трьох істотних характеристик – вербально семантичної, чи власне мовленнєвої, когнітивної (пізнавальної) та прагматичної. Вербально-семантична характеристика складається з лексикону індивідууму – всього запасу слів, яким він користується у природній вербальній комунікації. Когнітивна характеристика пов’язана з інтелектуальним середовищем особистості, пізнавальною діяльністю людини, що передбачає мисленнєві процеси. У кожного індивідууму виробляються ідеї, концепти, які відображають його бачення “картини світу”, Прагматична характеристика визначається намірами і завданнями комунікації – метою мовця, його інтересами, мотивами і конкретними комунікативними задумами [150, с 162-163]. Комунікація охоплює інтенцію комуніканта, план дій та міжособистісну інтеракцію відповідно до цих інтенцій.

О.В. Тарасова проектує рівні Ю.М. Караулова на контексти структури комуніканта: мікроконтекст, що характеризує мовця як конкретну мовну особистість із наявною комунікативною інтенцією, властивою їй у конкретній ситуації спілкування; макроконтекст, який відносить мовця до певного соціуму й культури; метаконтекст, що характеризує світобачення мовця й ту концептуальну систему, у межах якої він мислить [цит. за 144, с. 370].

Саме особистість, зауважує І.П. Сусов, володіє мовленнєвою ситуацією і може піднятися над обставинами спілкування, спрямовувати в необхідному напрямку розвиток дискурсу [10, с. 212]. Включена в дискурс, вона водночас творить його, а це означає, що в дискурсі втілюються темпераменти,

здатність до здійснення певних видів діяльності, зокрема комунікативної, домінуючі почуття і мотиви діяльності, індивідуальні психологічні особливості тощо. Людина входить у комунікацію як особистість з усіма властивими їй рисами.

З огляду на особистісні риси індивідів С.О. Сухих виокремлює гармонійний, конфліктний та імпульсивний типи особистостей [162]. Гармонійний тип характеризується пластично-динамічним спрямуванням, плановою поведінкою, втіленою в домінування чітких стратегій, когерентністю (зв'язністю, логічністю розвитку) теми, що розвивається; домінуванням маркерів упевненості; позитивним ставленням до загальної теми спілкування; дотриманням соціальних схем і норм; відсутністю вираженої боротьби за роль комунікативного лідера; здатністю змінювати спрямування під впливом аргументації; підтриманням усіх принципів кооперації.

Конфліктному типу властиве грубо-статичне спрямування, імпульсивність, бажання лідерства у спілкуванні, егоцентричність мовлення, порушення когерентності теми розмови; відхід від соціальних норм і схем; домінування модальних маркерів зі значенням непевності, наявність іронії, сарказму, конфліктне зіткнення інтенцій.

Імпульсивний тип – це “раб” ситуації спілкування. Він характеризується бажанням отримати лідерство у спілкуванні, порушенням соціальних норм і схем, швидкою зміною точок зору на одне і те ж саме явище; схильністю до негативної оцінки соціальних чинників, швидкої зміни тем спілкування. Партнери спілкування можуть легко впливати на нього [цит. за 10, с. 213-214].

К.Ф. Седов також акцентує увагу на трьох типах мовних особистостей: кооперативний, центрований та конфліктний [142]. Аналіз мовного матеріалу нашого дослідження підтверджує наявність усіх трьох типів у провокаційному мовленні, тому саме цією класифікацією ми керуємося для аналізу типів мовленнєвої поведінки провокатора та реципієнта.

Кооперативний тип мовленнєвої поведінки відрізняється домінуючим у спілкуванні спрямуванням на партнера по комунікації. Цей тип представлений двома підтипами: кооперативно-конформна мовна особистість (кооперативний конформіст) демонструє згоду з поглядом співрозмовника, навіть якщо не цілком поділяє її; кооперативно-актуалізаторська мовна особистість керується прагненням поставити себе на місце співрозмовника, поглянути на ситуацію його очима. Центрований тип характеризується наявністю у мовця спрямування на себе при ігноруванні партнера по комунікації. Тут також є два підтипи: активно-центрована мовна особистість у спілкуванні сама ставить запитання і сама на нього відповідає, визначає тему розмови і розвиває її. Зауважимо, що такий комунікант відчуває ілюзію повноцінної комунікації, отримує від спілкування задоволення, не помічаючи дискомфорту, який відчуває співрозмовник. Пасивно-центрована особистість характеризується низьким прагматичним потенціалом, невмінням переключитися на іншу думку слухача. Мовленнєве спілкування такої особистості наповнене комунікативними невдачами та непорозуміннями, які часто вона не помічає. Конфліктний тип демонструє позицію проти співрозмовника, прагнення самоутвердитися за рахунок співрозмовника. У цьому типі виділяють також два підтипи. Конфліктно-агресивна мовна особистість прагне бачити у поведінці партнера ворожу або конкуруючу інтенцію та демонструє агресію до співрозмовника. Конфліктно-маніпуляторський підтип мовної особистості не має поваги до адресата, вважає його за інтелектуальними та етичними якостями нижчим за себе, бачить у ньому насамперед об'єкт маніпуляції [142, с. 99-101].

Залежно від стилю спілкування психологи виокремлюють такі типи мовних особистостей:

— гнучкий: вирізняється швидкою орієнтацією в ситуації, розумінням підтексту повідомлення, умінням керувати своїми емоційними станами та обставинами спілкування;

— ригідний: характеризується недостатнім умінням аналізувати власну поведінку і поведінку партнера, слабким самоконтролем, неадекватною самооцінкою. Людині з таким стилем спілкування важко знайти необхідний тон;

— перехідний (проміжний): поєднує риси гнучкого та ригідного типів [10, с. 214-215]. Ця класифікація також застосовується нами для аналізу типів мовної особистості провокатора і реципієнта та їхньої мовленнєвої поведінки.

Важливою складовою мовної особистості та формування атмосфери комунікативного процесу є стиль спілкування. У розумінні В.В. Латинова, стиль є системою комунікативних намірів і способів їх досягнення. Дослідник визначає такі типи стилів:

— відчужений (поступливий, недружелюбний). У ситуаціях мовленнєвої взаємодії тримає дистанцію, “відгороджується”; поводить себе насторожено, дещо пасивно, намагається не викликати своєю мовленнєвою активністю негативних емоцій у співрозмовника;

— слухняний (поступливий, дружелюбний). Virізняється скромністю, доброзичливістю, спілкується на рівних, підтримує співрозмовника;

— збалансований. Домінування балансує з дружелюбністю. Присутня, проте не дуже виражена мовленнєва активність, домінування в розмові, прагнення спілкуватися на рівних, доброзичливість;

— опікувальний (домінуючий, дружелюбний). Прагне до співробітництва, незалежний і самостійний у ситуаціях спілкування, спілкується на рівних, виявляє активну доброзичливість і бажання підтримати співрозмовника;

— владний (домінуючий, недружелюбний). Мовець прагне до суперництва, домінування в ситуації спілкування, його мовленнєва активність викликає негативну оцінку співрозмовника і пов’язана з використанням мовленнєвих актів, спрямованих на приниження партнера.

Недружелюбний, спілкується не на рівних, не підтримує співрозмовника [92, с. 92-93].

У дослідженнях останніх років усе частіше говорять про партнерський і непартнерський стилі спілкування. Партнерський стиль спілкування передбачає співробітництво у виробленні спільної позиції з питання, яке обговорюється. Партнера вислуховують, не перебиваючи, виважено оцінюють його судження і вчинки, не нав'язують йому рішень, намагаються донести до нього свою точку зору. Партнерський стиль може бути рівноправним і поступливим. Непартнерський стиль спілкування полягає в ігноруванні одним із учасників комунікації точки зору співрозмовника, негативному ставленні до теми бесіди, акцентуванні лише на власних інтересах; така особа створює напруженість, часто принижує партнера, нав'язує йому свої теми, неухважно слухає тощо [10, с. 216].

На стиль мовлення вагомий вплив має тональність спілкування як багатогранний соціокультурний феномен, який визначає основні параметри спілкування представників певного суспільства в статусно- і ситуативно-обумовлених контекстах [3, с. 4]. На думку Ф.С. Бацевича, тональність спілкування – це усвідомлена або неусвідомлена емоційно-аксіологічна і змістово-інформативна організація мовного матеріалу, за допомогою якої адресант формує повідомлення, мовленнєвий акт певної іллокуції, впливає на емоційно-психологічну сферу адресата, а іноді й на ситуацію спілкування [10, с. 234]. Правильна тональність спілкування є умовою успішного мовленнєвого акту і може бути необхідною обставиною для досягнення потрібного комунікативного ефекту, а невдало обрана тональність може слугувати причиною комунікативних невдач. Успішність комунікативного процесу залежить також і від атмосфери спілкування, тобто лінгво-психо-соціокогнітивних стосунків учасників комунікативного акту [10, с. 237]. Ця складова спілкування характеризує інтерактивні стосунки учасників комунікації та впливає на успішність комунікації загалом.

Тип мовної особистості провокатора і реципієнта впливає на їх комунікативну поведінку, вибір стратегій, засобів їх реалізації, а також на динаміку розгортання комунікативних ситуацій провокаційного мовлення загалом. Ефективність реалізації провокації залежить не лише від уміння провокатора стратегічно грамотно спланувати та регулювати комунікативний процес, а й від мовленнєвої поведінки, стилю спілкування, здатності створити адекватну атмосферу розмови. Успіх також залежить від рівня комунікативної та інтерактивної компетентності, здатності вдало взаємодіяти з реципієнтом, володіти сценаріями та механізмами міжособистісної взаємодії, що мають вплив на розвиток комунікативної ситуації у потрібному для провокатора руслі.

Рушієм комунікативної діяльності провокатора є мотив та комунікативна мета. Вони визначають стиль спілкування, вербальну поведінку залежно від типу комунікативної ситуації.

На мовну поведінку провокатора та реципієнта впливають такі фактори: тип мовної особистості, комунікативні задуми провокатора та реципієнта, інтереси і наміри комунікантів, ставлення до партнера по комунікації, тип дискурсу, тип комунікативної ситуації (конфліктної/кооперативної/конфліктно-кооперативної), умови спілкування, уміння аналізувати комунікативну ситуацію та застосовувати стратегії і тактики відповідно до змін у процесі мовленнєвої взаємодії.

Властивості мовних особистостей учасників провокаційного мовлення (провокатора та реципієнта) формуються на основі їх мовленнєвих дій в різних комунікативних актах і впливають на становлення стійких типів мовної поведінки і, відповідно, типів мовної особистості. За основу ми обрали класифікацію типів мовної особистості К.Ф. Седова. Базовим принципом цієї класифікації є “позиція відносно учасника спілкування”, тобто позиція “за” чи “проти” співрозмовника [142, с. 99].

Аналіз мовного матеріалу дозволив нам виділити типи мовної особистості учасників провокаційного мовлення, а саме: конфліктний,

гармонійний та центрований, з урахуванням стилів спілкування (гнучкого, ригідного та перехідного). На нашу думку, такий розподіл цілком відповідає категоризації комунікативних ситуацій (конфліктні, кооперативні, конфліктно-кооперативні), що розглядаються в даному дослідженні.

Під конфліктним типом мовної особистості провокатора ми розуміємо різні обманні прийоми провокатора, спрямовані на відвертання уваги реципієнта і способи впливу, які спонукають співрозмовника до мовленнєвих дій і висловлювань, які завдають шкоди його інтересам, намірам та інтенціям, і які сам реципієнт не здійснив би, якби провокатор не ввів його в оману. Акцентується так званий “елемент ошуканства, обману”, який застосовує адресант-провокактор стосовно опонента, прихований примус до дії (у випадку провокації – надати інформацію). Конфліктний тип провокатора використовує позицію проти партнера по комунікації, демонструє зневагу до співрозмовника, вважає його нижчим за інтелектуальними якостями.

Не завжди провокатор реалізує комунікативні наміри за допомогою некооперативних засобів, а і досить мирним шляхом, який відповідає кооперативним ситуаціям провокаційного спілкування. Кооперативний тип провокатора виявляє бажання співпрацювати, прагнути до кооперації в спілкуванні, демонструвати інтерес і увагу до співрозмовника. У такій ситуації спілкування переважає позитивна манера спілкування, проте це лише частина стратегічного плану провокатора, лінія його мовленнєвої поведінки і виглядає як імітація настрою на комунікативного партнера, з більшим чи меншим рівнем переконливості. Слід акцентувати увагу на тому, що пріоритетом для провокатора завжди залишаються його комунікативні наміри, про які він дбає. Гармонійний тип спілкування є лише способом, який допомагає швидше досягти комунікативної мети, бажаного результату. Емоційна тональність як складова стилю провокатора характеризується взаємодією істинних і показових почуттів. Провокатору взагалі властиво

маскувати справжні, достеменні почуття, наміри та мотиви, проте він як компетентний комунікант здатний ними маніпулювати.

Щодо конфліктно-кооперативних ситуацій провокаційного мовлення, то зауважимо, що провокатор переважно проявляє себе як центрована мовна особистість, яка характеризується ігноруванням мети та намірів співрозмовника. Центрована мовна особистість провокатора дещо схожа з конфліктною мовною особистістю, проте в конфліктно-кооперативних ситуаціях не має яскраво вираженого конфлікту чи агресії з боку провокатора. Адресанту-провокатору важливо досягти перлокутивного ефекту, не зважаючи на спроби реципієнта саботувати, оборонятися, виправдовуватися. Провокатор наполегливо дбає про досягнення своєї комунікативної мети, використовуючи стратегію тиску на реципієнта. Зазначимо, що інтерактивний процес відбувається при мінімальній загрозі кооперативному перебігу спілкування й дестабілізації стосунків адресанта і реципієнта. Провокатор намагається уникати конфлікту, балансувати аргументами, підтримувати кооперативний тип спілкування.

Отже, мовна особистість – це комунікант, наділений індивідуальними якостями та характеристиками, які продиктовані його комунікативними потребами та комунікативною компетентністю, визначають стиль та комунікативну поведінку в процесі ситуації спілкування. Перебіг інтерактивного процесу провокаційного спілкування значною мірою залежить від типу мовної особистості, стилю мовлення і обумовлює тональність та атмосферу комунікації. Створення портрету мовної особистості провокатора стає можливим через дослідження особливостей його комунікативної поведінки в конкретних комунікативних ситуаціях.

Підбиваючи підсумок, зауважимо, що адресант-провокатор – динамічна та гнучка за своєю організацією мовна особистість, яка у своїй мовленнєвій діяльності може використовувати ті особистісні якості та засоби впливу, які найбільше відповідають конкретній ситуації спілкування. Провокатора ми розглядаємо як повноправного лідера комунікативної

ситуації, який контролює процес спілкування, здатного адекватно оцінити ситуацію і обрати відповідний план мовленнєвих дій. Залежно від типу комунікативної ситуації та стосунків між комунікантами ми розглядаємо три типи мовної особистості провокатора: конфліктний (демонструє спрямування на себе і водночас позицію проти партнера по комунікації, інтеракція відбувається в агресивній, ворожій манері, спостерігається порушення принципів спілкування), кооперативний (переважає партнерський стиль спілкування, провокатор демонструє бажання співпрацювати, прагне до кооперації у спілкуванні, проте пріоритетними завжди залишаються його комунікативні наміри і задуми), а також центрований (провокатор проявляє егоцентричний характер, для якого пріоритетом є лише власні наміри, а інтереси та позиція реципієнта активно ігноруються, переважає авторитарність, проте, на відміну від конфліктного, центрований провокатор не виражає агресії, ворожості, провокатор у досягненні мети схильний радше до кооперації, аніж до конфлікту).

### **1.6. Методологія дослідження провокаційного мовлення**

Процедура аналізу провокаційного мовлення як особливого типу спілкування передбачає чотири етапи, зумовлених предметом та завданнями дослідження, розв'язання яких необхідне для реалізації мети роботи: 1) збір фактичного матеріалу для ідентифікації особливостей провокаційного мовлення у сучасному англомовному комунікативному просторі; визначення лінгвістичного статусу провокації; 2) створення типології комунікативних ситуацій провокаційного мовлення та визначення структурних елементів стандартної комунікативної ситуації; 3) виявлення стратегій і тактик провокатора та реципієнта, а також вербальних та невербальних засобів їх реалізації; визначення актомовленнєвої репрезентації провокаційного мовлення; 4) визначення особливостей мовленнєвої поведінки провокатора та реципієнта.

На *першому етапі* нами застосовується описовий метод, який передбачає аналітичне опрацювання першоджерел та відбір інформації, релевантної для дослідження. Результатом цього аналізу, зокрема, став перший розділ дисертаційного дослідження. Аналіз теоретичних джерел дає змогу з'ясувати основні напрямки та ступінь дослідженості провокаційного мовлення та визначення лінгвістичного статусу провокації. На цьому етапі розглядаємо погляди лінгвістів стосовно мовленнєвого впливу, комунікативних стратегій, розумово-мовленнєвої діяльності, типів дискурсу, виявляємо різницю між кооперативним та конфліктним спілкуванням, що уможливорює аналіз трактувань основних термінів дослідження, таких як провокація, комунікативна ситуація, дискурс, стратегія, тактика, мовленнєва поведінка тощо.

Водночас з вивченням теоретичних питань та джерел дослідження проводиться добір матеріалу, в якому якнайкраще представлені комунікативні особливості та дискурсивні ознаки провокаційного мовлення. Матеріалом дослідження послужили скрипти (тексти) англійських фільмів, які були обрані методом суцільної добірки. Матеріал дослідження є сучасним (2009-2014 рр.), достатнім за обсягом (432 233 друкованих знаків) і різноманітним, зокрема досліджувались інституційний (медичний, юридичний, досудовий) та побутовий дискурси. Обраний матеріал дослідження дає змогу всебічно проаналізувати комунікативні ситуації провокаційного мовлення та ідентифікувати особливості провокаційного мовлення у сучасному англійському комунікативному просторі.

На *другому етапі* дослідження нами застосовувався метод дискурсивного аналізу спрямований на всебічний опис і характеристику мовного спілкування людей у конкретних комунікативних ситуаціях з урахуванням соціальних, культурних, когнітивних, психологічних та інших детермінантів [144, с. 26]. У дисертації ми досліджуємо інституційний (медичний, юридичний, досудовий) та побутовий дискурси і саме цей метод дає змогу визначити дискурсивні ознаки комунікативних ситуацій провокаційного мовлення, визначити їх структуру та динаміку. Крім того, за допомогою методу дискурсивного аналізу

нам також вдалося створити типологію комунікативних ситуацій провокаційного мовлення з огляду на направленість комунікації на конфлікт чи кооперацію в межах інституційного та побутового дискурсів, отже виділяємо конфліктні, кооперативні та конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації.

Результати дискурсивного аналізу дають змогу стверджувати, що комунікативна ситуація провокаційного мовлення включає такі складові:



*Рис.1.1. Схема комунікативної ситуації провокаційного мовлення*

На цьому ж етапі і на наступних застосовуються також методи індуктивного та дедуктивного аналізу для узагальнення результатів вивчення особливостей провокаційного мовлення, а також виведення нових висновків та положень.

На третьому етапі, використовуючи інтент-аналіз вивчаємо комунікативну поведінку учасників спілкування, виявляємо наміри комунікантів. За допомогою цього методу досліджується цілеспрямованість мовної комунікації [204, с. 35]. Застосування методу інтент-аналізу дало змогу виявляти дійсні наміри (інтенції) провокатора у комунікативних ситуаціях, оскільки саме інтенції лежать в основі подальше обраних стратегій і тактик. Саме за допомогою інтент-аналізу досліджуємо особливості використання комунікативних стратегій і тактик в конфліктних, кооперативних та конфліктно-кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення. Результати показали, що відповідно до своїх намірів та комунікативної мети провокатор будує інтеракцію, внутрішньо розраховуючи отримати бажану інформацію. Адресант-провокатор намагається, поклавшись на свій комунікативний досвід, фонові знання, вибудувати ситуацію таким чином, щоб реципієнт надав цю інформацію. Намір провокатора знаходить своє втілення у комунікативній стратегії, що, відповідно, реалізується в мовленнєвих тактиках шляхом вживання мовних засобів, які сприяють досягненню поставленої провокатором мети. Застосування структурно-синтаксичного та лексико-семантичного методів на цьому етапі дослідження дало змогу проаналізувати особливості використання вербальних маркерів провокації.

Комунікативний процес провокації супроводжується використанням як вербальних, так і невербальних засобів спілкування. Досить часто невербальні повідомлення можуть доповнювати вербальні і регулювати мовленнєву поведінку комунікантів. Також на цьому етапі залучаємо метод прагматичного аналізу, який зорієнтований на вивчення використання та функціонування мовних знаків у процесі комунікації в проекції на інтерактивність його суб'єктів, зумовлену їхніми особливостями й самою ситуацією спілкування [20, с. 42]. Прагматичний метод дає змогу дослідити вербальні та невербальні засоби реалізації стратегій, визначити актомовленнєву репрезентацію провокації, виявити вплив ситуативно-поведінкових, статусних, психологічних, мовних чинників на інтеракцію між провокатором та реципієнтом,

проаналізувати вплив комунікативних принципів, правил та конвенцій спілкування на ефективність спілкування в різних ситуаціях провокаційного мовлення, а також виокремити причини неефективного спілкування, що призводить до комунікативних невдач.

*Четвертий етап* дослідження полягає у вивченні типів мовних особистостей провокатора та реципієнта як головних учасників комунікативного процесу та їх мовленнєвої поведінки у різних комунікативних ситуаціях провокаційного мовлення. Для цього був застосований метод психолінгвістичного аналізу, який дав змогу описати поведінку провокатора та реципієнта в конкретних ситуаціях провокаційного мовлення, а також створити мовний портрет ефективного та неефективного провокатора, виявити сильні та слабкі сторони провокатора в ситуаціях спілкування.

У якості допоміжних процедур дослідження був застосований метод кількісних підрахунків, який дав змогу точно окреслити кількісні параметри реалізації провокаційного мовлення в комунікативних ситуаціях побутового та інституційного дискурсів.

Отже, використання сукупності сучасних методів лінгвістичного аналізу дає змогу здійснити комплексний аналіз провокаційного мовлення як специфічного різновиду спілкування на матеріалі різних типів дискурсів.

### **Висновки до першого розділу**

Сучасна лінгвістика вивчає мову як засіб пізнання людиною навколишнього світу, а також досліджує функції мовних одиниць у процесі мовленнєвої діяльності, в комунікації. Комунікативний простір характеризується різноманітністю типів комунікації.

Провокаційне мовлення як специфічний тип спілкування внутрішньо розрахований на отримання відповідної інформації, коли мовець говорить не для того, щоб передати певну інформацію, а, навпаки, для її отримання, тобто “випитування”. Основою провокації є маніпулятивний вплив. У процесі

спілкування адресант-провокатор намагається вплинути на реципієнта таким чином, щоб спрямувати його поведінку, думку в необхідному для провокатора напрямі з метою досягнення бажаного перлокутивного ефекту, проте справжня мета провокатора залишається для реципієнта прихованою.

Провокаційне мовлення є різновидом розумово-мовленнєвої діяльності, оскільки в комунікативному процесі адресант-провокатор, ставлячи конкретну мету, намагається всебічно проаналізувати ситуацію, спланувати свою мовленнєву поведінку, спрогнозувати її можливі результати і контролювати процес спілкування. Отже, провокація передбачає логічну послідовність мовленнєвих дій, організованих відповідно до передбачуваної мети адресанта-провокатора.

Комунікативна ситуація провокаційного мовлення – це цілеспрямована та вмотивована мовленнєва дія. Спрямованість провокаційного мовлення на кооперацію чи конфлікт дає змогу виділити корпус комунікативних ситуацій, а саме: конфліктні, кооперативні та конфліктно-кооперативні.

Провокаційне мовлення має складну організаційну структуру: конвенції мовленнєвої поведінки, учасники інтеракції (провокатор та реципієнт, їх соціальні, індивідуальні, інтелектуальні, емоційно-чуттєві особливості), а також екстралінгвістичні фактори. У комунікативній ситуації провокації адресант-провокатор, маючи певну комунікативну мету і спираючись на свій комунікативний досвід, формує інтенцію, яка реалізується у мовленнєвій стратегії, що, відповідно, втілюється в мовленнєвих тактиках, вступає в контакт з реципієнтом, який також має свої комунікативні задуми і за певних обставин спілкування реалізує певне повідомлення (текст). Відповідно до своєї мети провокатор як вмілий маніпулятор може вдаватись як до комунікативного співробітництва, так і до конфлікту. Повідомляючи щось, провокатор насамперед думає про результативність (перлокутивний ефект) свого повідомлення, тобто про його ефективність, і одночасно враховує різні підходи, які більшою чи меншою мірою відповідають конкретній ситуації спілкування.

Дослідження провокаційного мовлення передбачає врахування стосунків між комунікантами в межах особистісно-орієнтованого (побутовий дискурс) та статусно-орієнтованого спілкування (інституційний дискурс). Суб'єктом провокаційного мовлення як типу розумово-мовленнєвої діяльності є провокатор – мовна особистість, що відіграє провідну роль у процесі розгортання комунікативних ситуацій провокаційного мовлення. Провокатор – активна мовна особистість, ініціатор спілкування, який завжди діє згідно зі своїми мотиваціями, відповідно до яких застосовує мовленнєві стратегії і тактики, обирає належні засоби впливу на реципієнта, визначає тональність спілкування, створює відповідну атмосферу комунікації тощо. Зауважимо, що пріоритетом для провокатора завжди є лише його комунікативні наміри та інтереси, незважаючи на манеру, стиль чи тип мовленнєвої поведінки, яку він обирає для реалізації своїх задумів. Мотивація відіграє важливу роль у формуванні комунікативної особистості провокатора. Потреба досягти перлокутивного ефекту є потужним стимулом комунікативної діяльності провокатора. Ця потреба зумовлює його комунікативну поведінку, а також визначає характерні риси відповідно до типу комунікативної ситуації (конфліктної, кооперативної, конфліктно-кооперативної).

Отже, тип мовної особистості провокатора, тип дискурсу та комунікативної ситуації впливають на формування мовленнєвої поведінки адресанта-провокатора, вибір мовленнєвих стратегій і тактик, а також вербальних та невербальних засобів їх реалізації.

Основні наукові результати розділу опубліковано в працях [119; 120; 121].

## РОЗДІЛ 2

### ПРОВОКАЦІЙНЕ МОВЛЕННЯ У КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ ІНСТИТУЦІЙНОГО ДИСКУРСУ

Провокаційне мовлення, як і будь-який тип спілкування, відбувається в рамках комунікативної ситуації, тобто тих “обставин, що диктують суб’єкту мовлення певний стиль мовленнєвої поведінки” [36, с. 17], який у подальшому впливає на успішність чи неуспішність комунікативного процесу.

Ситуації провокаційного спілкування пов’язані з інтенційною спрямованістю комунікації, адже комуніканти вступають у процес спілкування із суб’єктивними мотивами, які, власне, його стимулюють. Учасники комунікації змушені проектувати та корегувати свої мовленнєві дії відповідно до комунікативної ситуації, що склалась, та поставленої мети, тобто запланованого стратегічного результату, на котрий скероване спілкування. Планування провокатором мовленнєвої поведінки – це не просто логічне проектування мовних висловів, а частина інтерактивного процесу, в якому реципієнт не пасивно сприймає текст-повідомлення, а активно інтерпретує мовленнєві дії адресанта-провокатора, реалізуючи власний стратегічний напрям.

У цьому розділі ми розглянемо комунікативні ситуації (конфліктні, кооперативні, конфліктно-кооперативні) провокаційного мовлення інституційного типу дискурсу. Характерною ознакою для них є те, що провокатор та/або реципієнт є представниками тієї чи іншої соціальної групи або суспільного інституту, які для реалізації свого інтенційного наміру, тобто отримання інформації, вдаються до мовленнєвого впливу, застосовуючи кооперативні/некооперативні стратегії спілкування з урахуванням комунікативних та соціальних ролей співрозмовників, типів їх мовних особистостей, стилю спілкування тощо.

Провокаційне мовлення в інституційному дискурсі – це спілкування комунікантів в умовах асиметрії, оскільки провокатор та реципієнт мають нерівні соціально-рольові та комунікативні статуси. Провокатор в інституційному типі дискурсу – носій певної соціальної ролі. У межах комунікативних ситуацій інституційного дискурсу провокаційне мовлення постає у вигляді опозиції провокатор-реципієнт. Саме вони виконують певні соціальні ролі, наприклад, обвинувач-підозрюваний, лікар-пацієнт, крім того трапляються ситуації, що ілюструють спілкування статусно рівних комунікантів, наприклад, колега-колега тощо.

### **2.1. Кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу**

Якщо провокатор для досягнення перлокутивного ефекту обирає гармонійний вплив, намагається спланувати свої дії в безконфліктному руслі, то мовленнєва діяльність будується в умовах кооперативного спілкування. Такі комунікативні ситуації вирізняються прихильним, хоча і вдаваним, ставленням провокатора до свого співрозмовника, позитивним налаштуванням розмови, що сприяють встановленню рівноваги міжособистісного спілкування, використанням кооперативних стратегій спілкування, дотриманням принципів Ввічливості та Кооперації. Зауважимо, що в кооперативних комунікативних ситуаціях інституційного дискурсу соціальний статус займає другорядну позицію в соціальній ієрархії, тобто для забезпечення гармонійного впливу провокатор намагається не акцентувати свою пріоритетність над реципієнтом. У такому випадку реципієнт сприяє мовленнєвим намірам та діям провокатора, адже переважно чинить згідно з його стратегічною програмою.

Ефективність провокаційного спілкування часто досягається за допомогою комунікативної здатності провокатора обґрунтовувати положення, твердження, знаходити докази для них, тобто аргументувати.

Аргументацію ми певною мірою співвідносимо з інформуванням, яке полягає у наведенні провокатором наявних фактів, повідомлень, суджень, доказів з метою спонукати реципієнта обґрунтувати їх. Провокатор виступає в ролі інформатора, тобто сам надає інформацію, попередньо з'ясовану, перевірену чи уточнену, не вимагаючи одразу цього від реципієнта. Усе, чого прагне мовець – це підтвердження, уточнення та обґрунтування зазначеної інформації з боку реципієнта.

Розглянемо особливості реалізації провокації в кооперативній ситуації інституційного дискурсу, а саме корпоративного:

*[Dr. BENNETT: So, uh, I was going back over the records, uh, trying to anticipate every question that they might ask me. (Dr. Bennett puts the medical history on the table in front of Dr. Allen) And, uh... Well, two years ago your patient had a hernia patched up. It was just a quick, 20-Minute procedure. They gave him morphine for the pain. Dr. ALLEN: He wasn't my patient two years ago. Dr. BENNETT: I know, but morphine was overkill. They would've just given him a non-steroidal anti-inflammatory. Unless... (Dr. Allen lowers his gaze) He was allergic to aspirin. Now the aspirin sensitivity would've ... would've been flagged, uh, on the chart. DR.ALLEN: But it's not. Dr. BENNETT: Right. I know it's not, because... See? The page is blank. Now every other page is filled out meticulously. This page is blank. (Dr. Allen bites his lips) You... you changed out the page. (Dr. Allen stands up and closes the door) See, that would explain why you couldn't revive him. You gave him aspirin, and he was... It wasn't just a heart attack. DR.ALLEN: I had a barely responsive patient with severe chest pains. I was racing against the clock. By the time that file came down, I was losing him. I couldn't afford to wade through his whole medical history. No doctor would've had time. Dr. BENNETT: Probably not, but you could've testified to that. I would've backed you up. DR.ALLEN: And I would've lost everything. Juries don't care that we see aspirin sensitivity in what, one out of every thousand patients? They'd just hear the word "mistake," and nothing else would get by. Dr. BENNETT: Does Duncan know about this? DR.ALLEN: No. He wouldn't have been able to put me on the*

*stand to say something he knows isn't true. (sitting closer to Dr. Bennett) Dr. Bennett... please. Dr. BENNETT: You want me to lie for you? DR.ALLEN: I want you to speak fully and honestly about how I handled that code. Now I had to make a series of judgment calls. And I did what any good doctor would've, what you would've. Dr. BENNETT: (gasps) You want me to lie. DR. ALLEN: They're not gonna ask about that file. I'm good at what I do. I save lives. Please] [18].*

У наведеному прикладі провокація реалізується у кооперативній ситуації корпоративного дискурсу, а саме у розмові між двома лікарями-колегами і має напівофіційний характер. Напередодні відбулось судове засідання, оскільки на доктора Аллена подали в суд родичі його загиблого пацієнта, який помер від серцевого нападу. Доктор Беннетт свідчив у суді на користь свого колеги доктора Аллена, якого звинувачують у зловживанні службовим положенням, що призвело до смерті його пацієнта. На місці свідка доктор Беннетт розгубився під тиском звинувачень і не зміг дати чітких відповідей на запитання адвоката. Тому він вирішує підготуватись до наступного слухання більш ретельно і вивчити історію хвороби пацієнта, який загинув. Серед документів він виявив аномалію – пацієнту для знеболювання ввели аспірин, на який у нього алергія, що і стало причиною смерті. Проте, той факт, що загиблий мав алергію на аспірин, не був зафіксований в історії хвороби. Отже, доктор Беннетт (провокатор) напередодні засідання вирішив поговорити з доктором Алленом (реципієнтом) і дізнатись правду. Для реалізації свого комунікативного наміру провокатор обирає стратегію аргументації, яка, в результаті, є ефективною і призводить до досягнення провокатором перлокутивного ефекту.

Провокатор застосовує певні тактики, які є поетапним втіленням стратегії аргументації:

— тактика наведення доказів, яка реалізується простими розповідними реченнями: *Well, two years ago your patient had a hernia patched up. It was just a quick, 20-Minute procedure. They gave him morphine for the pain ... morphine*

was overkill. They would've just given him a non-steroidal anti-inflammatory. Unless ... He was allergic to aspirin. На підставі наведених доказів провокатор намагається обґрунтувати те, що в пацієнта була алергія на аспірин;

— тактика звинувачення вказує на порушення реципієнтом певних медичних норм і правил, що суперечить його медичним обов'язкам: He was allergic to aspirin. Now the aspirin sensitivity would've ... would've been flagged, uh, on the chart ... The page is blank. Now every other page is filled out meticulously. This page is blank. You... you changed out the page.

Реципієнт як рівноправний учасник комунікативного процесу є носієм своєї комунікативної мети, а саме виправдати себе в даній ситуації, оскільки він діяв в екстрених умовах і не встиг ознайомитись з історією хвороби пацієнта. Оскільки саме халатність лікаря Аллена стала причиною смерті людини, він вирішив знищити одну сторінку з історії хвороби, де фіксувалась інформація про алергію. Стратегія самооборони ґрунтується на конкретних мовленнєвих тактиках:

— тактика відсторонення: He wasn't my patient two years ago. Реципієнт використовує цю тактику для дистанціювання;

— тактика пояснення: I had a barely responsive patient with severe chest pains. I was racing against the clock. By the time that file came down, I was losing him. I couldn't afford to wade through his whole medical history. Адресат застосовує дану тактику для того, щоб розкрити причини своїх дій;

— тактика узагальнення полягає у порівнянні себе з іншими: No doctor would've had time ... And I did what any good doctor would've, what you would've.

Обрана провокатором (доктором Беннеттом) стратегія аргументації як лінія мовленнєвої поведінки виявляється дієвою і результативною. Маркером провокації є асертивний мовленнєвий акт *you changed out the page*, ілюктивна мета якого – викликати вербальну реакцію реципієнта на звинувачення в його бік. У поєднанні з наведеними вище фактами, яким реципієнт не може протистояти, локуція спонукає його надати інформацію,

що, відповідно, реалізує комунікативну інтенцію провокатора. Реципієнт розуміє, що його опонент має низку аргументів на захист власної точки зору і піддається на провокацію: I had a barely responsive patient with severe chest pains. I was racing against the clock. By the time that file came down, I was losing him. I couldn't afford to wade through his whole medical history.

Тактики наведення доказів та звинувачень, що складають основу стратегії аргументації в аналізованій комунікативній ситуації, викликають занепокоєння та емоційну напругу в реципієнта, про що свідчать невербальні засоби спілкування, а саме кінестетичні: адресат опускає очі, що характерно для вираження сорому; кусає губи, що свідчить про його збентеження та хвилювання. Проте ці емоційні переживання реципієнта не викликають комунікативний дискомфорт і ускладнення умов спілкування в межах комунікативної ситуації. Натомість реципієнт йде на контакт і розповідає, як усе було насправді і які обставини змусили його діяти проти лікарського обов'язку, тобто провокація реалізується кооперативним шляхом. Адресант дотримується принципу Кооперації та Ввічливості. Зауважимо, що для здійснення кооперативного спілкування, крім основної стратегії аргументації, допоміжною у даній комунікативній ситуації є стратегія підтримки через медичну солідарність. Адресант-провокатор намагається підтримати свого колегу та допомогти, відстояти його позицію: 1) See, that would explain why you couldn't revive him. You gave him aspirin, and he was ... It wasn't just a heart attack; 2) ... you could've testified to that. I would've backed you up. Усе це сприяє гармонійному перебігу мовленнєвої діяльності комунікантів.

Кооперативна поведінка провокатора як мовної особистості відображається в гармонійному перебігу комунікативної ситуації. Провокатор демонструє підтримку попри несхвальний вчинок реципієнта, прагне до співпраці. Рівноправність соціальних ролей є причиною відсутності вираженої боротьби за роль комунікативного лідера, проте провокатор виявляє наполегливість та впевненість, уміло керує обставинами

комунікативної ситуації та наявними фактами, оскільки досягнення комунікативної мети для нього є першочерговим. Така мовленнєва поведінка провокатора позитивно впливає на реалізацію провокації та мовленнєві дії реципієнта, який, не відчуваючи конфліктного зіткнення інтенцій, під впливом гармонійної взаємодії надає інформацію і власне піддається на провокацію. Реципієнт виступає ригідною мовною особистістю, оскільки не здатен реалізувати власний стратегічний план, тобто ухилитись від відповіді.

Отже, стратегія аргументації спрямована на вербальну поведінку реципієнта за рахунок наведення доводів, аргументів та фактів і сприяє кооперативній реалізації провокації в мовленні, оскільки провокатор втілює свої комунікативні наміри, зберігши баланс стосунків з реципієнтом, тобто комунікативну рівновагу та ефективність спілкування.

Для оптимальної реалізації комунікативної мети кооперативним способом провокатору важливо стратегічно продумати та спланувати свої комунікативні дії так, щоб реципієнт невимушено надавав бажану інформацію, не відчуваючи дискомфорту, а навпаки – відверто та прямолінійно висловлювався. Розглянемо приклад реалізації провокаційного мовлення в кооперативній ситуації інституційного дискурсу, а саме медичного:

*[SHELDON: Hey, Pete. PETE: Hey. SHELDON: Who's your friend? PETE: This is Marshall, Betsey's foster brother. MARSHALL: Mommy says we don't say "foster." SHELDON: Of course. I'm Sheldon. Hey, can I join you? PETE: Sure. (Chair scrapes floor) SHELDON: Now you and Betsey are about the same age. Must be nice to have her living with you, huh? MARSHALL: Yeah. It's fun. (Pete and Sheldon exchange glances) PETE: Uh, hey, listen, I gotta check on a patient. Uh, do you mind? I'll be back in a couple of minutes (Pete is leaving) SHELDON: Now I'm sure you got upset by what happened to Betsey, but the doctors here are very good. They're gonna take great care of her. Does your dad ever get upset? MARSHALL: Sometimes. SHELDON: But does he get more upset now that Betsey lives with you? MARSHALL: He fights with mommy a lot more. And mommy gets*

*sad. I don't like it. SHELDON: Of course not. You love your mom (Marshall nods). So what do you do to make her happy? MARSHALL: I'm an extra-good boy so she knows I love her. I tell Betsey to be extra good, too, to listen to daddy and mommy. SHELDON: When... when Betsey doesn't listen, does your dad do more than just talk to her? Does he...spank her or... MARSHALL: No. SHELDON: What about your mom? Is she ever mean to Betsey? MARSHALL: No. But sometimes I help her to listen. SHELDON: How do you do that? Is that what you did on the jungle gym? MARSHALL: Betsey's clumsy. It was her fault. SHELDON: And when Betsey misbehaves, I guess that's her fault, too. Must make it harder for your parents. MARSHALL: Yeah. And that's not right. SHELDON: So I guess it makes sense, then, that she needs to be punished. MARSHALL: I'm done with my ice cream. Can I have more?] [19].*

У наведеному прикладі провокація реалізується у кооперативній ситуації, а саме в розмові між психологом Шелдоном (провокатором) і хлопчиком Маршалом (реципієнтом). Сестра Маршала Бетсі потрапила до лікарні вдруге підряд із переломом. Оскільки Бетсі є прийомною дитиною в сім'ї, то її стан та подальше благополуччя неабияк турбує лікарів, які мають підозру, що дівчинку ображають у сім'ї. Прийомні батьки заперечують будь-яке зневажливе ставлення чи насилля по відношенню до дитини. Лікар Піт і психолог Шелдон вирішили поспілкуватись з братом Бетсі, щоб дізнатись більше про прийомну сім'ю дівчинки та з'ясувати причини неодноразових переломів, саме це є їхньою комунікативною метою. Для реалізації свого наміру провокатор застосовує стратегію отримання інформації, яка актуалізується за допомогою конкретних тактик:

— тактика заспокоювання: Now I'm sure you got upset by what happened to Betsey, but the doctors here are very good. They're gonna take great care of her. Провокатор застосовує дану тактику, щоб дізнатись про справжнє ставлення хлопчика до прийомної сестри;

— тактика питання-відповіді реалізується запитаннями різних типів: Must be nice to have her living with you, huh?.. Does your dad ever get upset? But

does he get more upset now that Betsey lives with you? So what do you do to make her happy? When... when Betsey doesn't listen, does your dad do more than just talk to her? Does he...spank her or.... How do you do that? Is that what you did on the jungle gym? Використання даної тактики дає можливість провокатору реалізувати комунікативну мету, оскільки поетапно отримує інформацію про обставини в сім'ї.

Обрана стратегія сприяє кооперативному перебігу комунікації. Маркером провокації є інтерогатив *Is that what you did on the jungle gym?*, ілюкутивна мета якого полягає в тому, щоб змусити реципієнта відповісти. Відповідно, реципієнт діє згідно з планом провокатора і піддається на провокацію, не розуміючи цього: *But sometimes I help her to listen... Betsey's clumsy. It was her fault.* За допомогою стратегії самооборони він робить спробу реалізувати свою комунікативну інтенцію, тобто відстояти власні інтереси й виправдати себе. Використовуючи тактику звинувачення *Betsey's clumsy. It was her fault*, реципієнт намагається перекласти свою вину на прийомну сестру Бетсі.

У цьому випадку спілкування з дитиною має свої особливості. Провокатор намагається досить обережно діяти, оскільки спілкування відбувається з малолітнім хлопчиком, з яким вони мало знайомі. Провокатор вдало планує свою мовленнєву діяльність, стратегію, тактики та обирає мовні засоби для того, щоб дитина довіряла йому і йшла на вербальний контакт. Провокатор застосовує невербально виражену тактику завуальованого підкupu – на початку розмови пригощає Маршала морозивом. Такий прийом є досить ефективним у спілкуванні з дитиною, оскільки сприяє налаштуванню реципієнта на співпрацю.

Стратегія отримання інформації реалізується за допомогою дотримання принципів Кооперації та Ввічливості, тому провокатор наслідує максими спілкування, що є ознакою кооперативної комунікації.

У цій комунікативній ситуації соціальні ролі провокатора та реципієнта не рівноправні. Провокатор має вищий соціальний статус та є старшим за

віком, що також відповідно впливає на реципієнта, проте на цьому не акцентується. Адресант-провокатор є психологом, що дає йому можливість та здатність знайти правильний підхід до реципієнта з метою досягнення перлокутивного ефекту. Провокатор діє як кооперативна мовна особистість, тобто демонструє уважність, зацікавленість, чуйність, що, відповідно, справляє позитивний вплив на реципієнта. Партнерство, відвертий стиль спілкування, доброзичливість є засобами впливу провокатора і сприяють гармонійному досягненню комунікативної мети.

Реципієнт, у свою чергу, також демонструє кооперативний тип мовної особистості, оскільки має схильність довіряти провокатору, люб'язно надає інформацію, дружнелюбно спілкується. Слід зауважити, що з огляду на недостатній рівень комунікативної компетентності та життєвого досвіду, (реципієнт є дитиною) за мовленнєвою поведінкою провокатора, яка базується на принципах Кооперації та Ввічливості, реципієнт не здатний розпізнати істинних намірів та мотивів і, внаслідок чого, піддається на провокацію.

Для досягнення перлокутивного ефекту кооперативним шляхом іноді провокатор вдається до надмірної привітності та люб'язності як спроб приховати свої дійсні наміри випитування інформації. Розглянемо приклад реалізації провокаційного мовлення в кооперативній ситуації інституційного дискурсу, а саме корпоративного:

*[(Alicia enters Lanie's room, offering a bottle of Coke) ALICIA: Your machine spat out an extra one. Would you like it? (paying attention to pictures on the table) Oh, beautiful children! LANIE: 2 kids, 2 grandkids. SECURITY OFFICER: Lanie, how about those disks? ALICIA: Is he always so charming? LANIE: He's just a lazy mall cop, he spends all the day surfing porn, and with night shift, he can't get his skinny ass out of his chair. I'm always waking him up in the morning. ALICIA: Oh, man!]* [7].

Наведений діалог ілюструє реалізовану кооперативним шляхом провокацію. Розмова відбувається між Алісією (провокатор), юристом, яка

займається захистом жінки, звинуваченої у вбивстві власного чоловіка, та Лені (реципієнт), яка є помічником керівника служби охорони в торговельному центрі, на території якого відбулось вбивство. Переглянувши записи камери спостереження, Алісія (провокатор) підозрює, що записи сфабриковані. Для того, щоб реалізувати комунікативну мету, а саме дізнатись про те, наскільки відповідально виконує свої обов'язки керівник служби охорони торговельного центру і чи записи відео спостереження ведуться щоденно, провокатор вирішив порозмовляти з його помічником Лені (реципієнтом).

Провокатор застосовує стратегію догоджання, яка виявляється досить ефективною в контексті комунікативної взаємодії і реалізується за допомогою таких тактик:

— тактика пригощання: *Your machine spat out an extra one. Would you like it?* Провокатор пропонує начебто зайву Колу, яку видав апарат напоїв, як привід для того, щоб почати розмову з реципієнтом;

— тактика компліменту: *Oh, beautiful children*, яка виражена окличним реченням. Услід за тактикою пригощання, дана тактика сприяє налагодженню міжособистісного контакту;

— тактика іронії реалізує провокацію, маркером якої є інтерогатив *Is he always so charming?*, що спонукає реципієнта до вербальної реакції. Стилїстика даного запитання має протилежне значення, і провокатор вживає його з метою глузування, оскільки тональність поведінки керівника служби до Лені є не зовсім ввічливою та привітною.

Усі тактики стратегії догоджання мають потрібний для провокатора вплив на реципієнта, який надає бажану інформацію, навіть не здогадавшись про приховані наміри провокатора: *He's just a lazy mall cop, he spends all the day surfing porn, and with night shift, he can't get his skinny ass out of his chair. I'm always waking him up in the morning.* Вдале планування мовленнєвих дій дало змогу провокатору викликати прихильність з боку реципієнта й

отримати інформацію, наскільки сумлінно виконує роботу керівник служби безпеки.

Зауважимо, що провокатор детально планує як вербальні, так і невербальні кроки. Мовленнєві дії провокатора підсилюють невербальні засоби, а саме проксемічні, тобто скорочення просторової відстані між співрозмовниками. Невербальне доповнення мовленнєвої тактики пригостання сприяє початку вербального контакту та подальшій взаємодії.

Адресант-провокактор дотримується принципів кооперативного спілкування. Застосування стратегії догоджання сприяє налагодженню правильного та ефективного спілкування. Провокатор ввічливо ставиться до реципієнта, не порушує комунікативну гармонію та баланс спілкування.

Соціальні ролі провокатора та реципієнта відрізняються. Провокатор займає вищу позицію, проте соціальна нерівність не підкреслюється, що сприяє кооперативному спілкуванню. Провокатор діє, як кооперативна мовна особистість, створює доброзичливу атмосферу спілкування, уважно і дружелюбно ставиться до партнера по комунікації, для її ефективної реалізації застосовує стилістичний прийом іронії, що сприяє запланованій стратегічній меті. Провокатор проявив себе, як гнучкий тип мовної особистості, свідомо використав обставини спілкування та зовнішні предмети (апарат, що видає напої, сімейні фотографії на столі реципієнта), швидко зорієнтувався в комунікативному просторі задля формування адекватної комунікативної моделі спілкування. Реципієнт відповідно реагує на гармонійну поведінку провокатора, тому поводить себе привітно, охоче йде на контакт, надає інформацію. Реципієнт навіть не здогадується про прагматичні наміри провокатора, а це дає змогу стверджувати, що стратегічний план мовленнєвих дій адресанта-провокатора виявився досить ефективним.

Отже, в кооперативних комунікативних ситуаціях інституційного дискурсу провокатор намагається вплинути на реципієнта безконфліктними методами, тобто за допомогою кооперативних комунікативних стратегій, а

для збереження балансу спілкування на соціальній нерівності між комунікантами увага не акцентується.

## **2.2. Конфліктні комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу**

Відмінності намірів і мети комунікантів завжди створюють умови для розвитку комунікативного конфлікту, а нерівність соціальних ролей та статусів лише сприяє його загостренню. Характерними рисами конфліктних ситуацій провокаційного мовлення інституційного дискурсу є порушення балансу міжособистісної взаємодії, оскільки реципієнта ставлять в умови, коли він не може не надати інформацію; негативне ставлення комунікантів один до одного, що викликано загостренням негативних емоційних станів, порушенням принципів спілкування, різними комунікативними ролями, відмінностями у комунікативній компетенції, досвіді міжособистісного спілкування та багатьма іншими. У таких випадках провокаційне мовлення набуває особливих рис: його основою стає підступність, бажання перехитрити партнера, особисто контролювати ситуацію, вплинути на емоції співрозмовника, чим досягає потрібної мовної реакції з боку партнера по комунікації. Конфліктним ситуаціям притаманне застосування конфронтаційних комунікативних стратегій і тактик. Зокрема, стратегія маніпулювання є однією з головних ліній поведінки провокатора в конфліктних ситуаціях спілкування і об'єктивується (втілюється) у різних мовленнєвих тактиках – конкретних прийомах, які сприяють реалізації обраної стратегії.

Розглянемо особливості реалізації провокаційного мовлення у конфліктній комунікативній ситуації інституційного дискурсу, а саме досудовому. Ситуації досудового дискурсу завжди передбачають допит для з'ясування обставин та умов злочину чи певного правопорушення.

Провокація досить часто трапляється в межах досудового дискурсу, оскільки метою є отримання необхідної інформації в результаті процесу спілкування.

*[PROSECUTOR: By signing this, you're pleading guilty to one count of operating a business without a license. After you sign it, you're free to go. (Mr. Personick and his lawyer are signing the papers) ASSISTANT: Dr. Lightman. We found him. PROSECUTOR: What's going on here? Who is this? CAL: Sulman. (TO ASSISTANT) Thanks. This is Sulman Lamba, Rajal Lamba's father. We just picked him up at the airport. He came in from Bangalore to claim his daughter's body. He wanted to meet with Mr. Personick. (Sulman is speaking Hindi, Cal is translating to everyone) He wants to know if this is the man who spoke to his daughter before she jumped off the subway platform. (Sulman speaking is Hindi, Cal is translating to everyone) His daughter called him; she was sobbing. And she said that Mr. Personick had threatened to kill her if she didn't jump herself. MR.PERSONICK: That's a lie. MR. PERSONICK'S LAWYER: All right, let's go. CAL: Oh, she didn't call you? MR.PERSONICK: I never said I'd kill her. CAL: (approaching Mr. Personick) Oh, yeah? And she called you, right? MR.PERSONICK: I didn't touch her. CAL: Yeah, but she called you, right?! MR.PERSONICK'S LAWYER: My client and I are leaving! CAL: She called you! MR.PERSONICK: She worked for me, that's all! Why is it my responsibility for what happens to her after that? CAL: (aggressively) This girl was two blocks from the subway. She called you to tell you that she's gonna jump in front of the train! You did nothing! MR.PERSONICK: Yeah! So what?! That doesn't make me a murderer. I didn't threaten her. PROSECUTOR: You didn't have to. You created the circumstances that led to her suicide. It was a depraved heart murder. MR.PERSONICK: I didn't murder anyone. PROSECUTOR: You're under arrest in connection with the death of Rajal Lamba for the charge of murder in the second degree. MR.PERSONICK: What?! (Policeman puts handcuffs on Mr. Personick) This is not possible! (Right after the talk Cal and Rohit ("Sulman") are leaving the room) CAL: You did good in there, Rohit. ROHIT: Been a long time since I spoke*

*Hindi. CAL: Oh, yeah, I'll come by the university next week, and we'll catch up. ROHIT: Good to see you, Cal. (Rohid leaves)] [9].*

Наведений вище приклад ілюструє реалізацію провокації в інституційному (досудовому) типі дискурсу, а саме в розмові між обвинувачем і підозрюваним. У розмові беруть участь Кел Лайтман (провокатор), який допомагає органам поліції у розслідуванні самогубства індійської дівчини Раджал Ламба в метро. Після розтину тіла стало відомо, що вона місяць тому народила дитину, крім того з'ясували, що Раджал була сурогатною матір'ю. Обшукавши помешкання дівчини, працівники поліції знайшли майже двадцять дівчат і всі вони були вагітні. З'ясувалось, що їх "роботодавець" обіцяв їм за сурогатне материнство 5 тисяч доларів, але оскільки дівчата жили і харчувались за його рахунок, то після пологів він їм нічого не сплачував, посилаючись на те, що ця сума грошей була витрачена на них під час самого періоду вагітності. Цим роботодавцем був працівник відділу еміграції містер Персонік. Динамічна дискусія розгортається між адресантом-провокатором Келом і містером Пресоніком, реципієнтом. Поставивши собі за комунікативну мету довести причетність реципієнта до самогубства дівчини, але не маючи речових доказів проти Персоніка, провокатор застосовує стратегію маніпулювання, залучаючи до розмови начебто батька загиблої дівчини, проте насправді він виявляється сторонньою людиною. Отже, провокатор проявив себе в даній ситуації, як винахідливий комунікант. Стратегія маніпулювання є вербальною ознакою конфліктної комунікативної поведінки мовної особистості провокатора. Під час діалогу для реалізації обраної стратегії адресант-провокатор використовує такі мовленнєві тактики, які крок за кроком призводять до реалізації комунікативної інтенції провокатора:

— тактика звинувачення: His daughter called him; she was sobbing. And she said that Mr. Personick had threatened to kill her if she didn't jump herself; This girl was two blocks from the subway. She called you to tell you that she's gonna jump in front of the train! You did nothing! Мовними засобами

реалізації даної тактики є розповідні та умовні речення. Своє обурення провокатор виражає за допомогою окличних речень, що підвищують експресивність висловлювання;

— тактика перепитування ставить реципієнта в глухий кут. Це власне вербальна атака з боку провокатора, що виражається повторювальними питальними, питально-окличними та окличними реченнями: *Oh, she didn't call you? Oh, yeah? And she called you, right? Yeah, but she called you, right?! She called you!*), які є синтетичною формою вираження зростаючої емоційності, з метою впливу на реципієнта.

Зауважимо, що тональність спілкування формується не лише засобами мовного коду, тематикою розмови тощо, а й за допомогою невербальних елементів. Стратегія підкріплена невербальними компонентами спілкування, зокрема акустичними, оскільки розмова відбувається у підвищеному тоні та в агресивній манері, а також проксемічними, оскільки порушується мікропростір реципієнта, що негативно відбивається на кооперації спілкування і є особливістю невербального вираження конфліктної комунікативної поведінки, але, все-таки, не заважає провокатору досягти бажаного перлокутивного ефекту.

За стилем спілкування адресант-провокактор постає як гнучкий тип мовної особистості, активний комунікант, який вирізняється швидкою реакцією та орієнтацією у ситуації спілкування, умінням впливати на емоційний та психологічний стан партнера, домінувати в процесі спілкування, керувати обставинами. Провокатор виявляє себе як конфліктна мовна особистість і обирає непартнерський стиль спілкування, який власне і передбачає ситуація спілкування. Адресант-провокактор ігнорує свого співрозмовника, негативно до нього ставиться, спілкується з ним в агресивній манері. Атмосфера комунікативної ситуації є ворожою.

Зауважимо, що в поданій комунікативній ситуації допиту спостерігається асиметричність соціальних ролей. Провокатор та реципієнт протиставлені в опозиції обвинувач-підозрюваний, де обвинувач

(провокатор) займає керівну позицію. Спосіб мовленнєвої поведінки провокатора, манера спілкування обумовлюються його соціальним статусом, оскільки провокатор очевидно домінує над реципієнтом.

У наведеній комунікативній ситуації провокатор, застосовуючи стратегію маніпулювання, порушує основні принципи спілкування. Мовець не дотримується принципу Кооперації П. Грайса [224], а саме максимі якості, оскільки його висловлювання не є істинним, а також відхиляється від принципу Ввічливості Дж. Ліча [232], хоча це зовсім не перешкоджає провокатору досягти своєї мети, оскільки ці порушення були частиною його стратегічного плану.

Реципієнт, у свою чергу, як учасник процесу провокаційного спілкування активно відстоює свою позицію. Відповідно до своєї мети, а саме дбати про власні інтереси і відвести від себе будь-яку підозру, адресат будує свою комунікативну діяльність згідно зі стратегією самооборони, що реалізується в конкретних тактиках:

— тактика заперечення (That's a lie... I never said I'd kill her... I didn't touch her... I didn't threaten her) реалізується заперечними реченнями, завданням яких є зняти із себе підозру про причетність до самогубства дівчини;

— тактика виправдовування (She worked for me, that's all! Why is it my responsibility for what happens to her after that?) реалізується за допомогою риторичного запитання. Реципієнт намагається зняти з себе відповідальність за те, що скоєно.

Маркером провокації є асертивний мовленнєвий акт, ілокутивною метою якого є спонукати реципієнта до мовної реакції. This girl was two blocks from the subway. She called you to tell you that she's gonna jump in front of the train! You did nothing! Стратегічний план вербальної самооборони реципієнта виявився менш дієвим, ніж стратегія провокатора, і він піддався на провокацію: Yeah! So what?! That doesn't make me a murderer. I didn't threaten her. У конфліктній комунікативній ситуації реципієнт також постає

як конфліктна мовна особистість, оскільки змушений, у створених провокатором умовах та обставинах відстоювати свої інтереси. Проте, на відміну від провокатора, адресат проявив себе як ригідний тип мовної особистості, який характеризується поганим умінням аналізувати комунікативну поведінку партнера, слабким самоконтролем, неадекватною самооцінкою, виявився нестійким, імпульсивним комунікантом, який під впливом емоцій та обставин спілкування піддається на провокацію.

Отже, незважаючи на порушення принципів кооперативного спілкування, а також агресивну манеру спілкування, обрана провокатором стратегія маніпулювання виявилася досить ефективною, дієвою лінією мовленнєвої поведінки, оскільки він зумів у такий спосіб реалізувати свою комунікативну мету, тому що реципієнт визнав свою причетність до загибелі дівчини. У даній комунікативній ситуації провокатор проявив себе як умілий маніпулятор, який дбає лише про власні інтереси. Цей комунікант здатний керувати ситуацією, схилити співрозмовника, хоча і нечесним способом, до несприятливих йому мовленнєвих дій. Агресивна емоційна налаштованість провокатора викликає зворотню взаємну реакцію з боку реципієнта. Отже, у конфліктних ситуаціях провокаційного мовлення і провокатор, і реципієнт проявляють себе конфліктними мовними особистостями.

Існують випадки, коли провокатор з метою отримання інформації, може впевненим безапеляційним тоном сказати щось, що не відповідає здоровому глузду, чим спровокує бажану вербальну реакцію реципієнта, оскільки людський мозок різко реагує на неправду і нісенітницю, а також може вдатись до блефування, тобто декларації знань, якими не володіє або правдивість яких суперечлива [145, с. 43]. Співрозмовник починає заперечувати неправдиві факти й, відповідно, “проговорюється” наводячи аргументи на захист своєї точки зору. У такому разі провокація завершується успіхом, адже провокатор отримав уявлення про міркування свого партнера з теми, що його цікавила.

Розглянемо приклад:

*[CUT to REBECCA hooked up to a polygraph machine] MAN: Is your name Rebecca Metz? REBECCA: Yes. MAN: And are you a Private First Class with the 23rd mountain division? REBECCA: Yes. MAN: Did you have a relationship with Staff Sergeant Russell Scott? REBECCA: No. MAN: Private Metz, let me rephrase. Were you physically involved with Staff Sergeant Scott when you were serving in Afghanistan? REBECCA: Yes. He forced me to have sex with him. SCOTT: We had a relationship! MAN: He ordered you to have sex with him? REBECCA: No. But he was my commanding officer, I didn't have a choice. MAN: Did you ever refuse to have sex with Sergeant Scott? REBECCA: Yes, once. He forced me to drive lead convoy for a week. SCOTT: That's a lie! MILITARY MAN: If she's lying, it graphs above the red bar here? CAL: That's right. Machine says it's true. SCOTT: Well, it's not true! CAL: The polygraph says it is. SCOTT: I don't care what the machine says. She's making it up. I never made her drive lead! CAL: You never made her drive lead? SCOTT: No! CAL: I thought that duty rotates. You never made her drive lead? SCOTT: I-I never made her drive lead! It's a lie! LAWYER: Sergeant, you don't have to respond. CAL: So, as long as she was in a relationship with you, she never had to drive lead. Is that right? LAWYER: Sergeant Scott . . . CAL: Is that right, Sergeant Scott? LAWYER: Sergeant Scott, don't . . . CAL [raising his voice]: Is that right, Sergeant Scott? LAWYER: You don't have to respond. SCOTT: Yeah! Yeah, that's right. [Everyone is silent] What? What? CAL: Well, her safety was in your charge. You traded her safety for sex. LAWYER: Major Harris, my client doesn't understand ... MILITARY MAN: Yes, he does. What he did wasn't fraternization. It was rape. Arrest him under article 120. [Two soldiers begin taking him away] [13].*

Наведений приклад ілюструє реалізацію провокації у конфліктній комунікативній ситуації інституційного типу дискурсу і має офіційний характер. Розмова-провокація розгортається між слідчим (Келом), що розслідує справу зґвалтування Ребеки Метс, яка служила в армії, і сержанта взводу Рассела Скотта, якого власне і звинувачують у зґвалтуванні Ребеки. Насправді, під час служби сержант примушував Ребеку вступати в інтимні

стосунки під страхом смерті, оскільки жінок-солдатів, які йому відмовляли, він відправляв у першу машину колони – найнебезпечніше місце. Проте, це дуже важко довести, оскільки вона йому не відмовляла і він ніколи не відправляв її в першу машину колони. Розуміючи, що сержант обманює, але не маючи достовірних фактів, щоб арештувати гвалтівника, слідчий вдається до стратегії блефування, яка зрештою виявляється ефективною. Він, під час допиту Ребеки, показово проводить тест на поліграфі (детекторі брехні), попередньо давши їй сильний заспокійливий медичний препарат, який настільки розслабляє опитувану, що детектор не виявляє брехні. Спостерігаючи за Ребекою і почувши неправду (He forced me to drive lead convoy for a week), на яку детектор позитивно відреагував, сержант Скотт піддався на провокацію і зізнався у всьому, завдавши, таким чином, шкоди самому собі.

Для того, щоб досягти комунікативної мети, а саме домогтися зізнання реципієнта, провокатор реалізує стратегію блефування за допомогою мовленнєвих тактик, які сприяють кульмінаційному розвитку провокації:

— тактика шахрайства (1) That's right. Machine says it's true; 2) The polygraph says it is);

— тактика перепитування, що має сильний емоційний вплив на реципієнта, в результаті чого він зізнається у скоєному (You never made her drive lead? ... You never made her drive lead? ... So, as long she was in a relationship with you, she never had to drive lead. Is that right? ... Is that right, Sergeant Scott? ... Is that right, Sergeant Scott?).

Застосування провокатором стратегії блефування заздалегідь передбачає порушення принципу Кооперації, а саме недотримання максим якості та манери, оскільки він говорить те, що є неістинним. Слід зауважити, що такі порушення принципів спілкування не заважають провокатору досягти комунікативної мети, оскільки реципієнт усе ж таки надає потрібну інформацію, яка сприяє подальшому розслідуванню справи. Провокація реалізується за допомогою питального речення, що виконує функцію запити

на підтвердження інформації, яка міститься у попередньому висловлюванні: So, as long she was in a relationship with you, she never had to drive lead. Is that right? Провокатор використовує неправдиве повідомлення, намагаючись отримати від реципієнта бажану вербальну реакцію.

Успішній реалізації обраної провокатором стратегії сприяють і невербальні засоби, а саме акустичні, оскільки розмова відбувається досить емоційно, в неспокійній тональності, що є підтвердженням тривожного емоційного стану реципієнта. Відповідне невербальне доповнення мовленнєвої тактики перепитування підсилює вплив провокатора на реципієнта і, таким чином, сприяє реалізації провокації. Зауважимо, що провокатор постає як конфліктна мовна особистість. Його мовленнєва діяльність у межах комунікативної ситуації характеризується непартнерською манерою спілкування, супроводжується обманним мовленнєвим та негативним емоційно-психологічним впливами на реципієнта.

Враховуючи стиль спілкування, провокатор постає гнучким типом мовної особистості, оскільки як учасник інтеракції демонструє високу компетентність, підготовленість до розмови. Його стратегічний задум є обміркованим та чітко спланованим. Врахувавши обставини комунікативної ситуації, адресант-провокатор ретельно продумав перебіг своїх мовленнєвих дій, про що свідчить хитрий спосіб застосування технічного засобу для оцінки достовірності інформації, а саме поліграфу, з метою здійснення ефективнішого впливу на реципієнта.

Реципієнт досить активно реагує на складні умови комунікації, вибудовуючи свою лінію мовної поведінки таким чином, щоб відвернути від себе будь-яку підозру, застосовуючи стратегію самооборони, для реалізації якої застосовуються:

— тактика виправдовування для зменшення своєї провини (We had a relationship), яка реалізується за допомогою прийому евфемізації. Адресат

використовує нейтральний вираз *We had a relationship* замість синонімічного виразу *I forced her to have sex with me*;

— тактика заперечення, яка виражена декларативами (*Well, it's not true; That's a lie*) та ексclamативами (*I never made her drive lead!*), які реалізуються простими заперечними та стверджувальними реченнями. Використовуючи тактику заперечення, реципієнт намагається зняти з себе будь-яку підозру.

Реципієнт проявляє себе конфліктною та ригідною мовною особистістю, оскільки імпульсивно реагує на не зовсім правдиву інформацію і змушений захищати власну позицію, проте під впливом створених провокатором обставин та власних емоцій піддається на провокацію.

Отже, провокація потребує хитрості, винахідливості, у певній мірі – шахрайства. Провокатор може перетворюватися на підступного співрозмовника, який намагається ошукати та перехитрити реципієнта і повернути ситуацію таким чином, щоб досягти поставленої мети. У даному випадку стратегія блефування виявилась досить дієвою та ефективною, оскільки реципієнт був поставлений у безвихідну ситуацію і вимушений піддатись на провокацію та зізнатись у всьому, а провокатор, відповідно, реалізував свою комунікативну мету.

Розглянемо приклад конфліктної комунікативної ситуації провокаційного мовлення, а саме розмову слідчих зі школяркою:

*[Outside, CAL and TORRES meet up with the girl who spoke at the service, RILEY] TORRES: That was a good speech. RILEY: Um, thanks. TORRES: But you didn't mean a word of it, did you? RILEY: What? Who are you? CAL [offering his hand]: I'm Dr. Lightman. We're helping the FBI with their investigation. RILEY: Well, what kind of doctor are you? CAL: I study people's lies, like the one you told in there about being Danielle's best friend. RILEY: We were best friends. CAL: Then why were you faking being sad then? RILEY: I wasn't. I was just shocked, like everybody else. CAL: You pluck your eyebrows? RILEY: What? CAL: Did you pluck your eyebrows before you came here so they'd be perfect just like that?*

*Because signs of lying become particularly visible in the brows when they've been thinned. You weren't shocked at all about Danielle's death, were you? RILEY: Look, Danielle was into some pretty bad stuff. TORRES: What? Was she using? [RILEY nods] What was she on? RILEY: I don't know. Um, I heard she was scoring from some burnout on the school paper. This loser basically just . . . RILEY'S FATHER: Riley? You ready to go? RILEY: Yeah. [to CAL and TORRES] Okay, please don't tell my Dad that I talked to you guys, okay? He's on the board of trustees at my school, and he'll freak. [RILEY gets into her father's car] TORRES: You never told me about the eyebrow plucking thing. Where'd you read about that? CAL: Nowhere. TORRES: Why not? CAL: 'Cause it's complete crap [15].*

Наведена комунікативна ситуація відбувається на похороні дівчини Даніель, яку напередодні знайшли мертвою в парку. Команда доктора Лайтмана, на чолі з ним та його помічницею Торрес, займається розслідуванням цієї справи. Оскільки під підозрою опинились усі друзі загиблої, Лайтман (провокатор) вирішує порозмовляти із дівчиною Райлі (реципієнт), яка виголосила похоронну промову. Маючи комунікативну мету дізнатись інформацію про стосунки між дівчатами та можливу причину смерті Даніель, провокатор обирає стратегію мовленнєвого тиску за голову, яка виявляється дієвою, адже зрештою допомагає провокатору досягти перлокутивного ефекту та реалізувати сформульовану мету:

— тактика компліменту (That was a good speech) застосовується для позитивного налаштування реципієнта на розмову;

— тактика констатування невідповідної поведінки, виражена розділовими запитаннями But you didn't mean a word of it, did you? You weren't shocked at all about Danielle's death, were you? Провокатор після тактики компліменту використовує дану тактику для того, щоб спантеличити реципієнта і викликати у нього вербальну реакцію виправдовування;

— тактика аргументації, виражена питальним і стверджувальним реченнями, пов'язаними причинно-наслідковим зв'язком. Наведення певних

фактів сприяє викриттю та провокації реципієнта: Did you pluck your eyebrows before you came here so they'd be perfect just like that? Because signs of lying become particularly visible in the brows when they've been thinned. Because signs of lying become particularly visible in the brows when they've been thinned.

Маркером провокації є асертив, виражений розділовим запитанням: You weren't shocked at all about Danielle's death, were you? Провокатор використовує цей прийом для того, щоб констатувати поведінку реципієнта і реалізувати прагматичну функцію спонукання до відповіді.

Реципієнт є носієм свого комунікативного наміру – зняти із себе підозру провокатора. Він намагається діяти згідно з цим, тому обирає стратегію самооборони, яка реалізується у тактиці виправдовування. Саме таку реакцію прагнув викликати провокатор, адже отримав бажану інформацію: We were best friends ... I was just shocked, like everybody else ... Danielle was into some pretty bad stuff ... I heard she was scoring from some burnout on the school paper. Реципієнт демонструє ригідний тип мовної особистості, оскільки не володіє достатньою комунікативною компетентністю для того, щоб оцінити обставини спілкування, власний потенціал та обрати правильну стратегію мовленнєвої поведінки для того, щоб спрямувати свої мовленнєві дії задля реалізації власної інтенції.

Важливу роль у розвитку мовленнєвої ситуації відіграли не лише обставини спілкування, а й соціальна роль та офіційний статус провокатора, що разом із вербальним наповненням мають значний вплив на реципієнта: I'm Dr. Lightman. We're helping the FBI with their investigation. I study people's lies... Той факт, що провокатор допомагає ФБР, є експектором з вивчення обману, ставить реципієнта в безвихідне становище, адже нерівність соціальних ролей є очевидною, тому реципієнт не здатний йому протидіяти. Крім того, провокатор займає конфліктну позицію, оскільки діє проти співрозмовника і змушує реципієнта конфронтаційним способом надати інформацію. Адресант-провокатор проявляє себе як досить гнучкий комунікант, адже вміло аналізує поведінку співрозмовника, вдало обирає

стратегію мовленнєвої поведінки і тактики для її реалізації, свідомо порушує кооперативні принципи, чим і реалізує свій комунікативний намір.

Невербальна комунікація представлена оптичними, зокрема кінестетичними та проксемічними, а також тактильно-кінестетичними засобами. Для більшого впливу провокатор скорочує просторову відстань між реципієнтом, тисне руку, що є одним із ритуалів знайомства. Тактика констатування невідповідної поведінки підсилюється кінестетичними сигналами, зокрема контактом очима.

Мовленнєва поведінка провокатора в межах конфронтаційної стратегії мовленнєвого тиску передбачає порушення принципу Кооперації, а саме недотримання максим якості та релевантності, оскільки адресант-провокатор дещо відхиляється від теми (*Did you pluck your eyebrows before you came here so they'd be perfect just like that? Because signs of lying become particularly visible in the brows when they've been thinned*) і говорить те, що вважає неістинним, як свідчать кінцеві репліки діалогу (*'Cause it's complete crap*). Провокатор (Торрес) на початку намагається дотримуватися принципу Ввічливості, проте одразу його порушує, і ситуація набуває конфронтаційного характеру. Зауважимо, що порушення принципів спілкування (Кооперації та Ввічливості) не заважає провокатору досягти комунікативної мети, оскільки реципієнт все-таки надає потрібну інформацію, яка сприяє подальшому розслідуванню справи.

Отже, стратегія мовленнєвого тиску є інструментом мовленнєвого впливу і виявляється як неприховане нав'язування певної дії співрозмовнику по комунікації. Адресант-провокатор впливає на комунікативну поведінку, свідомість та вербальну й невербальну реакцію адресата. Конфліктні ситуації реалізації стратегії мовленнєвого тиску відрізняються настороженою, іноді ворожою манерою спілкування між партнерами, емоціями роздратування, незадоволення по відношенню до провокатора. Проте, це зовсім не свідчить про безуспішне завершення провокації, оскільки реципієнт усвідомлює, що не може не відреагувати на повідомлення і не надати інформації, якою

володіє, тому що це призведе до негативних наслідків для нього ж самого (звинувачення, підозра у злочині тощо).

Існують випадки, коли з метою отримання інформації провокатор змушений, з огляду на обставини, що склалися в рамках комунікативної ситуації, вдатись до стратегії погрози, тобто залякування викрити або розголосити з певною метою факти, відомості, які можуть скомпрометувати кого-небудь чи призвести до негативних наслідків. Розглянемо приклад реалізації провокації у конфліктній комунікативній ситуації інституційного дискурсу:

*[MRS. FELDER: Marla came up to us in the lobby. She said, "I hope you experience the great joy I have," and then she left. It was bizarre. MR. FELDER: You work with the police, right? I mean, didn't they tell you this already? KAL: Yeah, but I wanted to hear this from you two. Mrs. Felder, do you have any idea why she would approach you like that? MRS. FELDER: No. KAL: Not true. MR. FELDER: We're gonna be late for the airport. KAL: Here. (Kal grabs the package, which Mrs. Felder is holding). MRS. FELDER: (pulling the package back) No, I'll hold that. KAL: No, I'll get it. I'll get it. You know, you're never gonna get that through customs. MRS. FELDER: Why not? KAL: Because I'm gonna call them. I'm gonna tell them you got a suspicious package. That's the kind of pain in the ass I can be if I don't get the truth. MR. FELDER: Look, it was just a hunch. There's a fertility treatment center here that matches egg donors with couples. We're from Canada and it's illegal to purchase eggs there. MRS. FELDER: The donors stay anonymous, but they can choose who they want to donate to. These are our frozen embryos. KAL: So you thought that Marla Seeger was your egg donor. MR. FELDER: Yeah, for a moment. But then we realized that it couldn't be her. She was nothing like the person the broker described to us] [10].*

Наведений вище приклад ілюструє розмову-шантаж між провокатором Келом та подружжям Фелдерів (реципієнти). Для того, щоб дізнатись інформацію про зниклу в Мексиці американську туристку Марлу, провокатор (Кел) звернувся до містера та місіс Фелдер, з якими Марла спілкувалася

напередодні свого зникнення. На початку розмови реципієнт намагається уникнути контакту та не бажає ділитись інформацією, оскільки має на це свої причини. Подружжя приїхало до Мексики, щоб знайти донора для запліднення, і розголошувати дану інформацію не бажає, тому застосовує стратегію саботажу, яка відповідає прагматичній меті і реалізується у таких тактиках:

— тактика ухиляння від відповіді *You work with the police, right? I mean, didn't they tell you this already?* Реципієнт посилається на інші джерела інформації, зокрема поліцію, для того щоб уникнути необхідності надавати інформацію особисто;

— тактика дистанціювання *We're gonna be late for the airport*, з метою відгородитися від розмови.

Розуміючи, що реципієнт приховує певні факти, замовчує щось, провокатор як проникливий комунікант застосовує стратегію погрози, яка поетапно втілюється у тактиці загрозливого попередження: *You know, you're never gonna get that through customs, I'm gonna tell them you got a suspicious package. That's the kind of pain in the ass I can be if I don't get the truth*, для стимулювання вербальних дій з боку реципієнта у відповідь.

Інтенції провокатора, що реалізуються в стратегії погрози, не збігаються з інтенціями реципієнта, що є ознакою конфліктної міжособистісної взаємодії.

Обрана провокатором стратегія поєднується із проксемічними невербальними засобами для досягнення ефективного мовленнєвого впливу. Перебіг комунікації значною мірою залежить від індивідуального простору між співрозмовниками. Провокатор навмисно порушує дистанцію та намагається забрати особисту річ реципієнта (контейнер з ембріонами), яка є важливою для нього. Вдале поєднання вербальних та невербальних засобів відіграє важливу роль у міжособистісній взаємодії і позитивно впливає на її результат, оскільки реципієнт надає бажану інформацію, яка надалі суттєво допомагає в пошуках зниклої жінки: *There's a fertility treatment center here that*

matches egg donors with couples. We're from Canada and it's illegal to purchase eggs there. The donors stay anonymous, but they can choose who they want to donate to. These are our frozen embryos.

Маркером провокації є асертив, виражений заперечним реченням *you're never gonna get that through customs*, яке зобов'язує реципієнта вербально реагувати, щоб уникнути небажаних наслідків.

Провокатор під час спілкування нехтує принципами Ввічливості та Кооперації, що є притаманним некооперативній стратегії погрози. Але, саме ці відхилення від комунікативних правил не перешкоджають, а, навпаки, допомагають провокатору досягти бажаного комунікативного результату – отримати потрібну інформацію.

Адресант-провокатор діє як конфліктна мовна особистість, оскільки зовсім не враховує інтенції свого співрозмовника, йому притаманне лідерство в процесі інтеракції за допомогою мовного та позамовного кодів. Провокатор демонструє недружнє ставлення, бажання підкорити співрозмовника, ставить реципієнта у безвихідне становище. Адресанту притаманний гнучкий тип мовної особистості, оскільки, враховуючи його стиль спілкування, він здатний швидко орієнтуватися в комунікативній ситуації та використовувати обставини на свою користь. Щодо соціальних ролей, то провокатор займає вищу позицію, оскільки соціальна роль і статусна позиція особи, яка допитує, має вплив на розвиток комунікативної ситуації, а це дає певні переваги над співрозмовником. Зокрема, провокатор володіє попередніми відомостями про розмову зниклої жінки з подружжям і має змогу спланувати свою мовленнєву діяльність, тому обрана ним стратегія погрози – це один з його інтенційних намірів, що виявився ефективним.

Реципієнт, враховуючи некооперативну поведінку провокатора, також поводить себе як конфліктна мовна особистість, не бажає надавати інформацію, але не здатний протидіяти провокатору і через брак комунікативної компетентності піддається на провокацію. Стратегічний план провокатора

виявився більш обдуманим, сильнішим та ефективнішим, оскільки забезпечив оптимальну реалізацію комунікативних інтенцій провокатора.

Отже, для досягнення перлокутивного ефекту в рамках конфліктних комунікативних ситуацій провокаційного мовлення адресант-провокатор керується, в першу чергу, власними інтересами і намірами. Стратегії конфліктного провокаційного спілкування покликані реалізувати стратегічний намір, не зважаючи на порушення комунікативної рівноваги, балансу та принципів спілкування. Вищий соціальний статус провокатора забезпечує потрібний рівень впливовості для досягнення перлокутивного ефекту.

### **2.3. Конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу**

Конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення передбачають регулювання та керування умовами спілкування. Інколи конситуація спілкування вимагає від провокатора здатності оптимізувати комунікативну взаємодію, тобто спрямувати розмову таким чином, щоб перейти від недоброзичливого ставлення реципієнта, коли він не бажає надавати інформацію і конфліктно реагує на обставини, до сприятливого характеру стосунків, що сприяє успішній антиконфліктній реалізації провокації. Конфліктно-кооперативним ситуаціям спілкування властивим є процес міпігації, тобто послаблення негативної оцінки комунікативної ситуації. Залежно від змінних обставин комунікативної ситуації, провокатор, з метою забезпечення ефективної міжособистісної інтеракції, може як дотримуватись, так і порушувати принципи Кооперації та Ввічливості, як користуватись своїм вищим соціальним статусом, так і не акцентувати на цьому увагу.

Для налаштування реципієнта на потрібну мовленнєву поведінку провокатор може застосовувати регулятивну стратегію, яка зумовлена

комунікативними мотивами та намірами провокатора в процесі мінливої комунікативної взаємодії. У межах регулятивної стратегії адресант-провокатор намагається координувати інтелектуальні процеси реципієнта так, щоб це призвело до необхідного результату. Ми поділяємо думку Д. Леві, що регулятивна мовленнєва стратегія є процесом, у якому адресант співвідносить свою комунікативну мету з конкретним мовним засобом вираження [234].

Розглянемо приклад реалізації провокаційного мовлення у конфліктно-кооперативній ситуації інституційного дискурсу:

*[CUT to the Second District Police station. GILLIAN is watching CAL interrogate JACQUELYN on a TV screen] JACQUELYN [on video]: Why would I know what happened to Miss McCartney? CAL [on video]: You tell me. JACQUELYN [on video]: Why would I know? CAL: 'Why would I know?' When eyebrows go up like yours, the person knows the answer to the question they're asking. JACQUELYN: But I don't. I don't- I don't feel well. CAL: Morning sickness? You argued with Miss McCartney the afternoon that she was murdered. JACQUELYN: No, I didn't. You don't know what you're talking about. CAL: I know when you're lying. JACQUELYN: I'm not lying! CAL: I know why you fought with her. JACQUELYN [upset]: I didn't! [CAL pulls out the photo of Miss McCartney arguing with Jacquelyn in her car] CAL: This your car? JACQUELYN: I didn't kill Miss McCartney. CAL: Now, that's the truth. I know you didn't, but you know who did. So, tell me about the argument. JACQUELYN: I don't have anything to say. CAL: You know, James Cole is innocent. He's going to go to prison for the rest of his life. You really gonna let that happen? [JACQUELYN is getting more upset and emotional. She looks like she is about to cry.] CAL: I mean, maybe you couldn't stop the murder but you can stop this. You have to stop this. JACQUELYN [emotional]: I...I can't. CAL [getting impatient]: Jacquelyn... [GILLIAN interrupts, coming in silently and handing CAL a folded note. CAL reads the note and looks upset. Written inside is "Bring this to me in 5 minutes and look grim."] CAL: I guess it doesn't matter anymore. You're gonna*

*have to live with this because James Cole just hanged himself in his jail cell.*  
*[JACQUELYN cries and shakes her head. GILLIAN is watching the interrogation on the TV again] JACQUELYN [crying]: I didn't think that anything would happen to James because he's a minor. I didn't know that he was gonna...Oh my God.*  
*CAL: Why did Principal Castle recognize your car when I showed him the photograph? You were involved with him, weren't you? Castle took advantage of you. JACQUELYN: He didn't take advantage of me. We're in love. He loves me.*  
*CAL [nodding in a yeah-sure way]: You're pregnant with his baby, aren't you?*  
*JACQUELYN: He was gonna leave his wife to be with me. He told me, but Miss McCartney saw us parked in my car up the hill beside school. We didn't – we didn't know, but she saw us. And then later that day she came up to me in the parking lot, freaking out like she had to be all worried about me when, I mean, I was the one who went after him. CAL: And then you argued about turning him in. JACQUELYN: I begged her not to. He hadn't done anything wrong. She didn't listen. She said she was gonna turn him in, so I told him. You know, he said that everything would be okay, that he would talk to her, but I didn't know he was gonna kill her. I didn't know...]* [14].

Наведений приклад ілюструє комунікативну ситуацію допиту. В розмові беруть участь доктор Кел Лайтман (провокактор), учений та провідний спеціаліст із визначення неправди та обману на основі аналізу невербальної поведінки людини: голосу, міміки обличчя, руху тіла тощо. Він допомагає органам місцевої поліції у розслідуванні заплутаної справи, а саме вбивства учительки міс Маккартні. Одна із підозрюваних – це Жаклін (реципієнт), її учениця. Інтеракція між адресантом-провокатором, доктором Келом Лайтманом, та реципієнтом, підозрюваною Жаклін, розгортається досить динамічно за допомогою тактики питання-відповідь. Вибір провокатором регулятивної стратегії в даній ситуації є досить доцільним, оскільки відповідає його прагматичній меті – уникнути комунікативної невдачі й отримати від Жаклін правдиву інформацію про вбивцю міс Маккартні. Під час діалогу для реалізації обраної стратегії адресант-

провокатор вдається до наступних мовленнєвих тактик, що крок за кроком призводять до втілення комунікативної інтенції, а саме:

— тактика викликання жалю/співчуття (You know, James Cole is innocent. He's going to go to prison for the rest of his life. You really gonna let that happen?). Провокатор намагається викликати жалість, співчуття адже однокласник Жаклін Джеймс Коул змушений буде сидіти у в'язниці за нескоєний ним злочин;

— тактика докору (I guess it doesn't matter anymore. You're gonna have to live with this because James Cole just hanged himself in his jail cell) виявляється найбільш ефективною і призводить до потрібного перлокутивного ефекту, тому що впливає на психологічно-емоційний стан реципієнта;

— тактика обману є ключовою у даній комунікативній ситуації, хоча й виражена невербально, а за допомогою записки, що не містила жодних свідчень про загибель Джеймса Коула. Провокатор Кел попросив свою помічницю Джіліан принести записку з таким змістом: “Принеси мені цю записку через 5 хвилин і зроби похмурий вигляд”. Це призвело до потрібного результату, а саме психологічно підштовхнула Жаклін до того, щоб розповісти всю правду про вбивцю. Зауважимо, що невербальний спосіб вираження тактики обману в поєднанні з вербальним наповненням тактики докору справив найбільш потужно вплинув на реципієнта і забезпечив бажаний ефект комунікації. Отже, контролюючи емоційні процеси співрозмовника в умовах конфліктно-кооперативної комунікативної ситуації, провокатор обирає такий спосіб реалізації стратегії, який є адекватним психологічним намірам адресата. Маркером провокації є асертивний мовленнєвий акт, що виконує прагматичну функцію констатації обставин, хоча й неправдивим чином, і зобов'язує реципієнта вербально реагувати: You're gonna have to live with this because James Cole just hanged himself in his jail cell.

Реципієнт займає активну позицію у мовній взаємодії, оскільки намагається досягти своєї комунікативної мети: зняти із себе будь-які підозри у вбивстві. Відповідно його комунікативна поведінка базується на стратегії саботажу і реалізується завдяки таким мовленнєвим тактикам:

— тактика відсторонення, що реалізується спеціальним запитанням (Why would I know what happened to Miss McCartney?... Why would I know?). Адресат вдається до цієї тактики для того, щоб захистити себе і дистанціюватись від можливої загрози;

— тактика ігнорування, що реалізується заперечним реченням (But I don't. I don't - I don't feel well). Вживається з метою відволікання від теми, щоб звернути увагу на власне самопочуття, а повторне вживання допоміжного дієслова don't свідчить про емоційну нестабільність реципієнта в межах діалогу;

— тактика заперечення, що відповідно реалізується через заперечні речення: 1) No, I didn't. You don't know what you're talking about; 2) I'm not lying!; 3) I didn't kill Miss McCartney; 4) I don't have anything to say, 5) I can't;

— тактика виправдовування, що реалізується заперечними простими та складними реченнями для пояснення своєї непричетності: 1) I didn't think that anything would happen to James because he's a minor. I didn't know that he was gonna...Oh my God; 2) He didn't take advantage of me. We're in love. He loves me; 3) I didn't know he was gonna kill her.

Зауважимо, що в аналізованому вище прикладі регулятивна стратегія реалізується за допомогою переважно простих розповідних речень із прямим порядком слів, рідше вживаються складні речення, наприклад, для реалізації тактики докору з боку провокатора для більшого емоційного впливу на співрозмовника та тактики виправдовування з боку реципієнта для пояснення своєї безневинності та непричетності до вбивства. Риторичні запитання (You really gonna let that happen?) у даному випадку вжито не стільки для того, щоб дізнатись про щось, скільки для підтвердження інформації мовця та надання висловлюванню емоційного забарвлення. Спеціальні запитання (Why would I

know what happened to Miss McCartney?) виражають негативний емоційний стан мовця, його обурення розпитуванням слідчого. Вживаються також вставні слова, вигуки (You know..., I mean..., Oh my God), які надають мовленню інтерактивного характеру і сприяють налаштуванню взаємодії комунікантів, підвищують виразність висловлювання. З метою захистити себе і заперечити факт своєї причетності до вбивства, реципієнт використовує різні мовленнєві акти, а саме декларативи-заперечення: 1) You don't know what you're talking about; 2) I didn't kill Miss McCartney; 3) I don't have anything to say; 4) I don't feel well; екскламативи: 1) I'm not lying!, які реалізуються окличними заперечними реченнями.

У наведеній комунікативній ситуації відбувається порушення принципів Ввічливості та Кооперації, зокрема максими якості та релевантності. Повідомлення провокатора не відповідає істині, крім того провокатор дещо відхиляється від теми на розмірковування про долю однокласника Жаклін (реципієнта) для того, щоб викликати в неї емоційну реакцію жалю, що і призводить до успішної реалізації провокаційного задуму. Саме порушення максимуму принципу Ввічливості та Кооперації є частиною стратегічного плану і дає змогу провокатору регулювати мінливими умовами ситуації та мовленнєвою поведінкою реципієнта для того, щоб досягти своєї комунікативної мети.

Провокатор проявив себе як центрована мовна особистість, що є властивим для конфліктно-кооперативних ситуацій. Він намагається досягти перлокутивного ефекту, ігноруючи наміри реципієнта дистанціюватись і не надавати інформацію, проте здійснює це, не вдаючись до конфлікту, а навпаки – більш гармонійним способом. Адресант-провокація демонструє гнучкий стиль спілкування, оскільки попри саботування реципієнта намагається обрати ефективний прийом впливу, зокрема за допомогою записки, і вдало досягає комунікативної мети, уникаючи конфлікту. Соціальна роль провокатора вища і виявляється у його комунікативній поведінці. Реципієнт вірить йому, як представнику правоохоронних органів,

коли він говорить неправду про однокласника Жаклін, який начебто покінчив життя самогубством у тюремній камері. Можна стверджувати, що провокатор за допомогою свого соціального статусу все ж намагається здійснити потрібний мовленнєвий вплив на реципієнта.

У відповідь реципієнт обирає конфліктний тип мовленнєвої поведінки, але під мовленнєвим тиском провокатора та маніпулятивними прийомами, до яких він вдається, змушений надати інформацію. Реципієнт виступає ригідною мовною особистістю, тому що не здатний впоратись з власними емоціями і психологічним станом та протидіяти провокатору.

Таким чином, регулятивна стратегія мовленнєвої поведінки адресанта-провокатора у даній ситуації знаходить своє втілення у таких тактиках: викликання жалості/співчуття, докору, обману. Реципієнт теж вдається до тактик відсторонення, ігнорування, заперечення, виправдовування. Зауважимо, що провокатор виявився компетентнішим комунікантом, оскільки адресат піддався на провокацію і надав потрібну правдиву інформацію. Таким чином, провокатору вдалося реалізувати свій стратегічний задум.

Отже, регулятивна стратегія, мета якої – отримати необхідну провокатору інформацію за рахунок регулювання емоцій та психологічного стану реципієнта в мінливій ситуації спілкування, реалізується завдяки прогнозуванню етапів спілкування. Вдале використання регулятивної стратегії передбачає врахування психологічних особливостей реципієнта та вплив на нього таким чином, щоб уникнути конфлікту чи комунікативної невдачі.

Розглянемо приклад:

*[CUT to EARL WHITE sitting on a table outside, talking to a group of young people. GILLIAN and LOKER approach him, holding a basketball]*  
*GILLIAN: Hey, Earl. Thanks for taking the time. By the way, I'm a big fan. [offering the ball] Would you mind? EARL: Oh, no problem. (Earl autographs the ball). GILLIAN: Bet this will be worth a lot some day. EARL: Oh, yeah.*

*Autographs, shoes, bobble hats. Pro ball is big business. GILLIAN [to LOKER]: See the chin thrust? EARL: What? LOKER: You thrust your chin out. That's a sign of anger. GILLIAN: You do it whenever you talk about your pro career. I think it's because you're angry you're not gonna have one. LOKER: Hey, Earl, catch. [LOKER throws the ball and EARL catches it, wincing] LOKER: We've seen that before, too. You make that face almost every time you catch a pass these days. EARL: It's intensity. GILLIAN: No, actually, it's pain. Doctors call it the primal face of pain. It's universal. So what is it, Earl? Carpal tunnel? Arthritis? EARL: Look, you know how many hours I've spent shooting free throws? I've busted my ass on the court since I was nine. I'm raising my brother, trying to pay the rent – a big pro contract was gonna change all that. But you know who drafts someone with erosive arthritis? Nobody. GILLIAN: So you took the bribe. EARL: (stands up) Look, I could've gone pro out of high school, but the athletic association needs its big tournament, so I gotta spend my last good year playing college ball for nothing. Look, Mr. Taft's check was the only payday I was gonna get. Are you telling me you wouldn't have taken that money?] [13].*

Поданий приклад ілюструє розмову між баскетболістом Ерлом Уайтом (реципієнтом), якого звинувачують у тому, що він узяв хабар від президента баскетбольної команди, і Джіліан Фостер (провокатором) та її напарником Локером, які хочуть дізнатись правду. Підтвердження факту хабара може мати негативні наслідки для реципієнта, тобто призвести до закінчення баскетбольної кар'єри хлопця. Мета провокатора – домогтися від реципієнта зізнання в тому, що він узяв хабар. Для досягнення мети адресант обирає регулятивно-спонукальну стратегію, яка реалізується такими тактиками:

— тактика позитивної оцінки. Провокатор просить автограф у реципієнта з метою засвідчити своє шанобливе ставлення до адресату та підкреслити його значущість. Компліменти на адресу реципієнта на початку розмови налаштовують адресата на співбесіду: (Hey, Earl. Thanks for taking the time. By the way, I'm a big fan. [offering the ball] Would you mind? ... Bet this will be worth a lot some day);

— провокатор (Джіліан), попередньо дізнавшись про те, що реципієнт хворий на ревматизм і унеможлиблює його подальшу кар'єру баскетболіста, використовує тактику наведення аргументів, що спонукає адресата відповідати: *We've seen that before, too. You make that face almost every time you catch a pass these days ... it's pain.* Посилання на висновок лікарів підсилює аргументацію провокатора: *Doctors call it the primal face of pain. It's universal. So what is it, Earl? Carpal tunnel? Arthritis?;*

— тактика підбурювання реалізується стверджувальними реченнями, що пов'язані причинно-наслідковим зв'язком: *You do it whenever you talk about your pro career. I think it's because you're angry you're not gonna have one.* Провокатор наголошує на хворобливому стані здоров'я баскетболіста, що загрожує його майбутній кар'єрі, намагаючись вплинути на емоційний стан реципієнта. Невербальна дія провокатора (кидання м'яча реципієнту, який морщиться від болю) підтверджує наявність хвороби, що також спонукає до відповідної мовленнєвої реакції.

Реципієнт, розуміючи, що розмова набуває загрозливого характеру, обирає стратегію самооборони, яка реалізується тактикою виправдовування: *Look, you know how many hours I've spent shooting free throws? I've busted my ass on the court since I was nine. I'm raising my brother, trying to pay the rent – a big pro contract was gonna change all that. But you know who drafts someone with erosive arthritis?* Мовними засобами вираження даної тактики є риторичні запитання *Look, you know how many hours I've spent shooting free throws? But you know who drafts someone with erosive arthritis?*, повідомлення реципієнта містить інтенсифікатор уваги (*attention seekers*) *Look...*, використання сленгу *I've busted my ass...*, які акцентують увагу адресата на факті повідомлення, надають емоційного забарвлення, що підсилює іллокутивну силу висловлювання. Зауважимо, що провокатор повністю ігнорує наміри реципієнта виправдати себе, пояснити причину своїх дій, його ціллю є досягнення результату комунікативної діяльності. Відповідно, маркером провокації є асертивний мовленнєвий акт *So you took the bribe*, іллокутивною

метою якого є викликати у реципієнта бажану вербальну реакцію. Реципієнт піддається на провокацію, адже імпліцитно за допомогою непрямого мовленнєвого акту дає зрозуміти, що він брав хабар: Look, Mr. Taft's check was the only payday I was gonna get. Are you telling me you wouldn't have taken that money? Отже, провокатор досяг своєї комунікативної мети.

У поданій ситуації провокатор поводить себе як центрована мовна особистість. Його мовленнєва поведінка базується на тому, що він не бере до уваги інтереси та наміри реципієнта, пріоритетними вважає власні задуми, намагаючись не загострювати конфлікт, крок за кроком рухається до досягнення мети, ігноруючи реципієнта. Тут переважає партнерський стиль спілкування, провокатор поводить себе демократично, панує товариський тон розмови. Одночасно виявляється, хоча й завуальовано, беззаперечний вплив провокатора на реципієнта, його егоцентричний намір, авторитарність у досягненні комунікативної мети, що в результаті призводить до успішного завершення провокації. Провокатор поводить себе як гнучка мовна особистість: контролює інтерактивний процес, позитивно налаштовує співрозмовника на початку розмови, аналізує обставини спілкування та поведінку партнера, ефективно впливає на емоційну сферу реципієнта.

Провокатор реалізує свій комунікативний намір, не порушуючи принципів спілкування. На початковій стадії мовленнєвої взаємодії провокатор неухильно дотримується як конверсаційних максим принципу Кооперації, будуючи свій дискурс логічно, чітко, переконливо й аргументовано, так і максим принципу Ввічливості у побудові комунікативного акту. Розмова відбувається у природній, невимушеній манері. Провокатор намагається створити сприятливі умови для діалогу (люб'язні слова на адресу співрозмовника), але згодом порушується максима великодушності принципу Ввічливості, яка полягає в необтяжуваності співрозмовника, у захисті від постійного домінування в процесі комунікативного акту. Недотримання максими великодушності є цілком властивим центрованою мовній особистості провокатора та конфліктно-

кооперативним ситуаціям провокаційного мовлення зокрема, оскільки в процесі досягнення своїх задумів провокатор домінує над реципієнтом, ігноруючи його наміри та інтереси, проте це порушення не заважає досягти перлокутивного ефекту й успішно реалізувати провокацію.

У конфліктно-кооперативних ситуаціях спілкування, як і в кооперативних і некооперативних, мовленнєва поведінка реципієнта відповідає мовленнєвій поведінці адресанта-провокатора. Егоцентричність провокатора, його домінування над реципієнтом, ігнорування його позиції викликає певне занепокоєння з боку реципієнта, що відображається у його вербальних (стратегія самооборони) та невербальних діях (зокрема, проксемічних: реципієнт змінює положення тіла, тобто підводиться, що говорить про його напружений емоційний стан під час розмови та порушення психологічного комфорту адресата). Реципієнт у конфліктно-кооперативних ситуаціях виявляє себе як конфліктна та ригідна мовна особистість, яка незручно почувається в створених провокатором умовах, діє згідно з власними комунікативними намірами, тому песимістично реагує на вербальні дії провокатора, не здатна протидіяти його впливу. Отже, комунікативна позиція реципієнта виявилась слабшою, ніж позиція провокатора, тому, зрештою, він піддається на провокацію.

Розглянемо приклад конфліктно-кооперативної комунікативної ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу:

*[EMPLOYEE: It was a regular night at the blood bank ... nothing unusual. FOSTER: Your boss was about to fire you for being late too often. You knew. Was this retaliation? EMPLOYEE: It's been hard for me. My husband left us. I'm alone with the kids. FOSTER: I just went through a divorce myself. EMPLOYEE: I can barely get out of bed. I can't think straight, I can't do my job right... FOSTER: (moves forward) People are dying. You feel guilty, but you're gonna feel worse if you keep secrets and another person dies. EMPLOYEE: On my last shift, I didn't run the full testing protocol on the blood. FOSTER: So, you have to test on any*

*blood for different diseases. EMPLOYEE: I left early. My daughter needed me. There are so many other safeguards. I didn't think. I just... (starts crying)] [10].*

Вищенаведена розмова є прикладом реалізації провокаційного мовлення і має офіційний характер. Діалогічна взаємодія відбувається між Фостер (провокатор) та працівницею банку крові (реципієнт). Провокатор намагається з'ясувати причину зараження донорської крові, яке сталася у день, коли чергувала реципієнт. Для реалізації комунікативної мети провокатор обирає регулятивно-спонукальну стратегію, поетапним виконанням якої є такі тактики:

— тактика акцентування, зокрема на факті передбачуваного звільнення: *Your boss was about to fire you for being late too often. You knew. Was this retaliation?* Провокатор застосовує дану тактику в підозрі можливої помсти реципієнта своєму керівництву за звільнення з роботи. На такий тактичний хід провокатора реципієнт реагує, застосовуючи стратегію саботажу, а саме змінює тему розмови *It's been hard for me. My husband left us. I'm alone with the kids;*

— тактика наведення прикладу з власного досвіду (*I just went through a divorce myself*), щоб певним чином зблизитись із реципієнтом та продемонструвати, що розуміє її життєву ситуацію. Проте, реципієнт продовжує використовувати складне становище в особистому житті задля саботажу: *I can barely get out of bed. I can't think straight, I can't do my job right...;*

— тактика апелювання до совісті застосовується для того, щоб викликати у реципієнта почуття жалю та співчуття. Маркером провокації є асертивний мовленнєвий акт: *People are dying. You feel guilty, but you're gonna feel worse if you keep secrets and another person dies.* Дана тактика є досить ефективним прийомом мовленнєвої поведінки, оскільки охоплює емоційну сферу. Враховуючи психологічний стан реципієнта, почуття вини призводить до того, що він піддається на провокацію і надає бажану для провокатора інформацію: *On my last shift, I didn't run the full testing protocol on the blood.*

Для підсилення впливовості в межах даної тактики, провокатор застосовує невербальні засоби, а саме проксемічні (нахиляється вперед), які є значущими для реалізації вербальних дій, оскільки впливають на результат міжособистісної інтеракції.

Зауважимо, що провокатор для реалізації комунікативної мети зумів обрати ефективну стратегію спілкування для того, щоб уникнути конфронтації і досягти перлокутивного ефекту кооперативним способом, що характерно для конфліктно-кооперативних ситуацій провокаційного мовлення. Провокатор дотримується максим принципу Кооперації та Ввічливості, крім того намагається врахувати емоційний та психологічний стан реципієнта, оскільки через його помилку загинули люди, і досить делікатно вплинути на нього для отримання інформації.

Провокатор демонструє центрований тип мовної особистості, який характеризується тим, що ігнорує партнера по комунікації, наполегливо схиляючи реципієнта до відповіді. Адресант-провокатор здатен пристосовуватися до змінних умов комунікативної ситуації та уникати конфлікту. Провокатор реалізує комунікативний намір швидше кооперативним способом, аніж конфліктним, впливаючи на емоції та душевну організацію реципієнта, зокрема апелюючи до совісті. Провокатор не тисне на реципієнта пріоритетом своєї соціальної позиції, а навпаки – ділиться власним досвідом, щоб нерівність була не такою помітною для реципієнта і він міг довіряти.

Комунікативна роль реципієнта виявляється слабшою. Відповідно до мовленнєвої поведінки провокатора реципієнт відчуває його домінування і намагається саботувати, почати розмову на іншу тему, тим самим виправдовуючи власні дії, проте під впливом власних емоцій та через недостатній комунікативний досвід реципієнт піддається на провокацію.

Отже, конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення характеризуються регулюванням інтерактивного процесу для того, щоб уникнути конфлікту чи комунікативних невдач. Зокрема, можуть

відбуватись як порушення, так і дотримання принципів спілкування, провокатор постає як центрована мовна особистість, яка односторонньо, проте делікатно реалізує комунікативні наміри, не допускаючи відкритої конфронтації, а реципієнту належить менш важлива комунікативна роль.

#### **2.4. Причини комунікативних невдач у ситуаціях провокаційного мовлення інституційного дискурсу**

У процесі інформаційного обміну досить часто виникають мовленнєві труднощі, пов'язані з 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 за і не зважають на інтереси чи прагнення один одного. Такі перешкоди унеможливають досягнення взаєморозуміння між комунікантами, внаслідок чого 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 [10, с. 239]. О.П. Єрмакова і О.А. Земська дають таку дефініцію комунікативної невдачі: “це повне або часткове нерозуміння висловлювання партнером по комунікації, тобто недосягнення або неповне досягнення комунікативного наміру мовця” [47, с. 31]. Отже, комунікативні невдачі зводяться до невдач, зумовлених факторами вербалізації та розуміння.

О.В. Падучева відзначає такі джерела комунікативних невдач, як незв'язність діалогу, синтаксична та семантична неправильність речень, відмінність у картинах світу та загальній точці зору [127].

Як вважає Т.М. Ніколаєва, до комунікативних невдач можна віднести “комунікативний саботаж” (або “принцип некооперації”), що передбачає

нав'язування комуніканту своєї думки, небажання дати відповідь на запитання, намагання уникнути обміну інформацією тощо [125, с. 226].

Найбільш повно зміст “комунікативної невдачі” розкриває О.М. Лазуткіна: “це недосягнення ініціатором спілкування комунікативної цілі і прагматичних спрямувань, а також відсутність взаємодії, взаєморозуміння і згоди між учасниками спілкування” [87, с. 68]. Досліджуючи причини комунікативних невдач, автор вважає, що вони можуть бути в різних сферах мовленнєвого спілкування (на рівні мовної компетенції, у соціально-культурних стереотипах, у психології особистості, статі та віку), і розрізняє декілька груп факторів, що призводять до комунікативних невдач: чуже комунікативне середовище, порушення паритетності спілкування, низький рівень мовної компетенції, надмірна ритуалізація тощо [87, с. 68-72].

Отже, крім терміну “комунікативна невдача” існують інші, наприклад: “комунікативна девіація” [10], “комунікативне непорозуміння” [142], “комунікативна помилка” [52], “комунікативно-мовленнева дисгармонія” [192]. Зазначимо, що в основі тлумачення все ж є інтеракція комунікантів, у якій не реалізуються комунікативні наміри.

Ефективність провокаційного спілкування полягає у чіткому плануванні адресантом-провокатором своїх мовленнєвих дій відповідно до тактико-стратегічної лінії мовленнєвої поведінки, що в кінцевому результаті призведе до реалізації комунікативної мети, тобто досягнення перлокутивного ефекту.

Зауважимо, що не завжди комунікативні ситуації провокаційного мовлення протікають легко і без ускладнень, оскільки, як було зазначено вище, існують певні фактори, що спричиняють непорозуміння і викликають негативні емоційні та психологічні стани співрозмовників. Не варто забувати про те, що в будь-якій комунікативній ситуації можна натрапити на реципієнта, який є більш підготовленим до розмови і в кращій психологічній

формі і може розпізнати приховані мотиви і задуми адресанта-провокатора тощо. Тоді провокація може обернутись комунікативною невдачею.

Комунікативні ситуації провокаційного мовлення інституційного дискурсу характеризуються тим, що спілкування між комунікантами відбувається в рамках соціальної асиметрії, коли один із співрозмовників відіграє пріоритетну соціальну роль, що може призвести до небажаних результатів комунікації. Розглянемо приклад комунікативної невдачі у кооперативній ситуації провокаційного мовлення корпоративного 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] [9].*

Цей приклад ілюструє розмову між колегами Торрес (провокатор) і Джілліан (реципієнт), які працюють у корпорації “The Lightman Group”. Напередодні Торрес застала свого боса Кела Лайтмана за переглядом відеоплівки, на якій був запис розмови із пацієнткою психлікарні, і помітила, що він був досить засмучений. Після розмови з колегою Локером вона дізналася, що це була Луїза Мейсон – пацієнтка професора, в 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, окрім того вони довгий час працювали разом. Провокатор (Торрес) вдається до стратегії отримання інформації, яка реалізується у тактиці наведення власних припущень і міркувань з цього приводу: 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? Він сподівається, що реципієнт (Джилліан) підтримає розмову і поділиться інформацією про їхнього боса, проте, вона розпізнає приховані мотиви провокатора і, не бажаючи надавати інформацію, будує свою мовленнєву поведінку, використовуючи стратегію уникання відповіді. Крім того, важливо наголосити, що реципієнт має соціально вищий статус, тобто Джилліан займає вищу посаду і Торрес підпорядковується їй, що зрозуміло з розмови, де вона надає розпорядження до виконання роботи (Now, get back to helping Lightman). Цю перевагу реципієнт використовує на власну користь. Адресат імпліцитно (Just because you can see everything, doesn't mean you understand it), а згодом і експліцитно (Leave it alone) натякає, що їй не треба займатися цією справою. Вища соціальна позиція надає висловлюванню більшої впливовості та авторитетності. Провокатор намагається будувати комунікативний акт у гармонійному, кооперативному руслі, дотримуючись усіх максимумів принципу Кооперації (максими кількості, якості, відношення та манери) та принципу Ввічливості. Домінування репрезентативних мовленнєвих актів, ілюквативна сила яких полягає у ствердженні інформації, є закономірним, оскільки це сприяє успішній реалізації стратегічного плану провокатора. Незважаючи на це, дана комунікативна ситуація завершується невдачею, оскільки реципієнт здогадався про комунікативний намір провокатора (випитування) і не піддався на провокацію. Отже, адресант-провокатор не досяг перлюквативного ефекту, тобто результату, на який були скеровані його мовленнєві дії.

Мовленнєва діяльність адресанта-провокатора спрямована на здійснення мовленнєвого впливу на реципієнта, зміну поведінки, психологічних станів, свідомості адресата, оцінки ним певного явища тощо. Тобто, в процесі спілкування провокатор намагається вплинути на реципієнта за допомогою мовлення з метою досягнення комунікативного

здуму. Успіх мовленнєвої діяльності провокатора залежить від його вміння психологічно вплинути на адресата. Важливим елементом провокаційного впливу є комунікативна позиція провокатора, тобто комунікативна роль адресанта, яка характеризується ступенем комунікативної авторитетності мовлення адресанта-провокатора. Важливо підкреслити, що комунікативна позиція мовця може змінюватися під час спілкування в межах однієї комунікативної ситуації, тобто провокатор і реципієнт можуть помінятися комунікативними позиціями і провокаційна діяльність може обернутись 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] [8].*

Вищенаведений діалог ілюструє 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 перебуває у в'язниці, проте на волі з'явився його послідовник-імітатор, який діє таким же способом. Працівники ФБР розуміють, що послідовником керує Дженкінс, не зважаючи на те, що він перебуває за ґратами. Для того, щоб дізнатись правду, до в'язниці відправляють Кела під виглядом злочинця, який начебто потрапив туди за вбивство полісмена. Спершу Кел займав позицію вичікування, адже довіру Дженкінса не так просто завоювати, оскільки він є соціофобом й патологічним брехуном, а також хорошим психологом, який легко розпізнає обман інших людей, а з часом вони почали спілкуватися. Дана комунікативна ситуація провокаційного мовлення є прикладом комунікативної невдачі. Поставивши собі за комунікативну мету дізнатись усе про скоєні насилля Дженкінса та його імітатора, провокатор (Кел) намагається розговорити реципієнта, вивести його на відверту розмову. Для цього на початковій стадії спілкування провокатор застосовує стратегію отримання інформації, яка реалізується переважно за допомогою квеситивів – мовленнєвих актів, що мають імперативну і локутивну спрямованість і 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 відбувається 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. Отже, спогади про скоєні злочини приносять адресату задоволення, про що свідчать невербальні засоби, які супроводжують його вербальні дії, а саме оптико-кінесичні. Мімічні вирази обличчя, а саме посмішка і трохи 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 мовленнєвого тиску реципієнт реалізує свою комунікативну мету – викриває нечесність провокатора 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 досвідченим співрозмовником і розпізнав усі приховані інтенції. Отже, комунікативні ролі мовців міняються. Провокатор (Кел) вдається до стратегії ухиляння (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, внаслідок чого отримує поразку в цьому комунікативному двобої (Well, it was worth a shot. Cal Lightman. How do you do?).

Аналізована 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 мовно-комунікативна компетенція реципієнта, вміле оперування стратегіями дозволяє адресату не піддатись на провокацію.

Зауважимо, що мотивом провокаційного мовлення є отримання правдивої інформації, тому важливим є вибір обізнаної в певній сфері компетентної людини, яка володіє потрібною інформацією, в іншому ж випадку провокація може змінитися для адресанта-провокатора комунікативною невдачею. Проаналізуємо приклад:

*[The Burches House. Doorbell chimes.] MARTINA GARRETTI: (to Riv) You know, I don't think I've ever been to a house like this... Unless you count trick-or-treating in Montclair. [Housekeeper Lilla opens the door.] LILLA: Penelope is waiting for you in Emma's room. MARTINA GARRETTI: Thank you... Lilla, right? LILLA: I keep house for Mr. and, uh, Mrs. Burch. MARTINA GARRETTI: Penelope says you've helped her so much. LILLA: Oh, I wish I could do more. RIV:*

*Do you mind if I, uh, just...? LILLA: Oh, no, go ahead. RIV: Thank you. (Riv leaves) MARTINA GARRETTI: (noticing knitting kit) Knitting something for the baby? LILLA: Mm-hmm. It's a cardigan. It's almost done. MARTINA GARRETTI: You and Emma were close? LILLA: I think I miss her almost as much as Penelope does. Almost. MARTINA GARRETTI: Lilla, did you ever hear Emma and Mason discussing the surrogacy contract? LILLA: Oh...I wish I had, but no, I didn't] [17].*

Пропонований приклад ілюструє комунікативну невдачу в кооперативній ситуації провокаційного мовлення і має напівофіційний характер. Провокатор, Мартіна Гарретті, веде справу про сурогатне материнство сім'ї Берч і виступає адвокатом Пенелопи, сурогатної матері дитини своєї сестри Емми, яка перебуває у стані коми після нещасного випадку. У зв'язку з цим Пенелопа хоче оформити сумісну опіку з чоловіком її сестри, Мейсоном, проте, він приховує факи договору про сурогатне материнство, тому комунікативною метою адвоката Мартіни Гарретті (провокатора) є отримання цієї інформації. Тому вона розмовляє з покоївкою сімейства Берч, Ліллою, яка виступає реципієнтом у даній розмові. Для втілення свого комунікативного наміру викликати прихильність реципієнта, а отже досягти кооперації спілкування, провокатор обирає стратегію підлабузництва, яка реалізується тактикою підкреслення близьких стосунків реципієнта та місіс Берч (*Penelope says you've helped her so much; You and Emma were close?*) для того, щоб викликати у реципієнта почуття підтримки та сприяння процесу уникнення непорозумінь. Провокація реалізується за допомогою мовленнєвого акту квеситива, що виражений загальним запитанням *Lilla, did you ever hear Emma and Mason discussing the surrogacy contract?* Провокатор будує свій комунікативний акт згідно з принципами Кооперації та Ввічливості, але наштовхується на комунікативну невдачу. Мовленнєві дії провокатора виявляються неефективними, оскільки він має справу з необізнаним реципієнтом, який не володіє інформацією (*Oh... I wish I had, but no, I didn't*). Отже, важливим для успіху комунікативного процесу провокаційного мовлення є ідентифікація компетентного реципієнта, який

має потрібну для провокатора інформацію. Помилковість адресації повідомлення реципієнту призводить до негативних наслідків спілкування, тобто є причиною комунікативної невдачі провокаційного мовлення.

Іншою причиною цього може стати непривітність з боку реципієнта та його психологічна неготовність до спілкування. Трапляються випадки, коли провокатор надає перевагу “рівноправній” тональності спілкування для збереження кооперативного спілкування та досягнення власних задумів, а реципієнт, через свою комунікативну зацікавленість, не хоче підтримувати запропонований тон. Наприклад:

*[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: (aggressively) 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: (indignantly) 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] [9].*

У поданому діалозі спостерігаємо комунікативну невдачу в конфліктно-кооперативній 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 він насправді не привласнив кошти, що належали благодійному фонду. Під час розмови з ним виявилось, що він щось приховує. Маючи мету дізнатись правду про махінації у відмиванні коштів, Джіліан (адресант-

провокатор) вирішує порозмовляти з його дочкою Керолін (реципієнт), яка, можливо, володіє інформацією. Провокатор намагається реалізувати комунікативну мету за допомогою регулятивної стратегії спілкування і вплинути на емоційний стан, викликати почуття довіри та солідарності (I'm sure you're upset he lied to you, too), домогтися відвертості реципієнта, 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 веде бесіду у доброзичливій формі, дотримуючись принципу Етикетності, проте дещо порушуючи принцип Кооперації, а саме максимуму кількості та відношення. Адресант-провокатор відхиляється від теми, розповідаючи про власного батька, і його висловлювання містить більше інформації, ніж потрібно, але це є частиною тактико-стратегічного плану провокатора. Натомість реципієнт налаштований на некооперативне спілкування, пов'язане з негативним психоемоційним станом, він застосовує стратегію замовчування інформації, адже її батькові загрожує арешт. У комунікативній ситуації також простежується порушення комунікативних норм і правил поведінки з боку адресата. Реципієнт реагує досить агресивно, оскільки спрацьовує захисна реакція, спричинена втручанням у його приватне життя (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. 3-поміж мовленнєвих актів у даній комунікативній ситуації домінують експресиви, ілюктивна 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 та дружню тональність з боку 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 і досягти перлокутивного ефекту, оскільки реципієнт здогадується про наміри провокатора, тому не бажає надавати інформацію, щоб не завдати шкоди своєму батькові. Ворожа тональність спілкування реципієнта, спричинена емоціями роздратування та агресії, унеможлиблює ефективність спілкування.

Отже, комунікативна невдача провокаційного мовлення – це негативний результат процесу інформаційного обміну, коли реципієнт здогадується про істинні наміри та інтенції провокатора, внаслідок чого не досягає своєї комунікативної цілі. До причин виникнення комунікативних невдач, яких зазнає адресант-провокація, належать: по-перше, суб'єктивний фактор, тобто небажання реципієнта ділитись певною інформацією, оскільки він здогадується про приховані мотиви та наміри провокатора і не бажає надавати очікувану інформацію, вдаючись до стратегій уникання відповіді та замовчування інформації; по-друге, легковажне ставлення провокатора до комунікативної позиції реципієнта, до рівня соціальної позиції, яку він займає, 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, тоді провокація набуває зворотного характеру, тобто закінчується провокацією для самого ж провокатора; по-третє, не чітко сформований стратегічний план, коли провокатор обирає хибні та неефективні способи мовленнєвого впливу.

### **Висновки до другого розділу**

Інституційний дискурс характеризується наявною ієрархією соціальних ролей. Провокаційне мовлення в межах інституційного дискурсу постає у вигляді статусно нерівної пари комунікантів. Спрямованість комунікації на конфлікт чи кооперацію визначає не лише тип комунікативної ситуації

провокаційного мовлення (конфліктні, кооперативні, конфліктно-кооперативні) й обумовлює тактико-стратегічне планування мовленнєвої діяльності, а також окреслює рівень впливу пріоритетності статусу провокатора над реципієнтом, що є ключовою ознакою інституційного дискурсу.

Конфліктні ситуації провокаційного мовлення характеризуються неузгодженістю намірів, стратегічних програм комунікантів, асиметричними соціальними статусними ролями, ігноруванням інтересів реципієнта з боку адресанта-провокатора, односторонньою реалізацією намірів провокатора, вибором некооперативних стратегій спілкування (стратегія маніпулювання, мовленнєвого тиску, блефування, погрози), порушенням принципів Ввічливості та Кооперації. Провокатор намагається застосувати свою пріоритетну соціальну роль і статус для впливу на реципієнта таким чином, щоб він діяв у потрібному йому напрямі. Часто це супроводжується дисгармонією у спілкуванні, негативними емоціями, психологічним дискомфортом, роздратуванням, незадоволенням та пригніченостю з боку реципієнта. Зауважимо, що провокація в рамках інституційного дискурсу значно частіше реалізується саме в конфліктних ситуаціях. Це пояснюється тим, що провокатор як носій соціальної ролі та пріоритетного статусу намагається використати домінування саме цього фактору для досягнення власних намірів. Така мовленнєва поведінка суперечить безконфліктній міжособистісній інтеракції, проте конфронтаційні дії та прийоми провокатора не заважають йому в досягненні перлокувативного ефекту.

Гармонійний перебіг та емоційне забарвлення комунікативного процесу випитування інформації в кооперативних ситуаціях спілкування має ключове значення. Кооперативні ситуації провокаційного мовлення характеризуються досягненням комунікативної мети провокатором при збереженні комунікативної рівноваги та балансу міжособистісних стосунків з реципієнтом, дотриманням принципів Ввічливості та Кооперації, рівноправністю стосунків між провокатором та реципієнтом,

ненаголошенням на статусній нерівності при існуючій соціальній категоріальності (ієрархії), оптимальністю спілкування, використанням кооперативних стратегій спілкування (отримання інформації, аргументації, догодження) для досягнення перлокутивного ефекту. Реципієнт охоче поділиться інформацією в умовах позитивного ставлення з боку провокатора, гармонійного перебігу спілкування, коли він сам не підозрює, що його провокують, ніж у конфліктній ситуації, коли його змушують надавати інформацію (стратегія мовленнєвого тиску) чи ставлять у таку ситуацію, коли не можна не надати інформацію, оскільки це викличе негативні для реципієнта наслідки (стратегія погрози).

Для конфліктно-кооперативних ситуацій провокаційного мовлення актуальним є вміння дотримуватися оптимальної лінії поведінки, що призводить до реалізації комунікативної мети провокатора. Мінливість комунікативного процесу вимагає від провокатора вмінь регулювати та контролювати ситуацію спілкування. Нейтралізація конфлікту і подальше досягнення кооперації у спілкуванні реалізується за допомогою регулятивної та регулятивно-спонукальної стратегій.

Оскільки провокація співвідноситься із випитуванням інформації, то питальні речення є ключовими у провокаційному мовленні. Проте запит інформації може бути виражений і за допомогою стверджувальних речень. Синтаксичні конструкції, що виконують спонукальну функцію, а саме всі види запитань, які передбачають відповідь на них, отже, передачу бажаної інформації, а також стверджувальні розповідні речення, що змушують реципієнта доповнювати, обґрунтовувати інформацію (стратегія аргументації, отримання інформації, догодження, регулятивна стратегія) чи реагувати на неправдиве повідомлення (стратегія блефування) або на вербальну погрозу (стратегія погрози), є засобами реалізації комунікативних стратегій.

Серед мовленнєвих актів вираження провокації переважають репрезентативи (асертиви) для підтвердження інформації, на яку реципієнт

змушений вербально реагувати, та інтеррогативи, тобто мовленнєві акти, які містять запитання, що спонукають реципієнта надати бажану інформацію.

У конфліктних ситуаціях провокатор демонструє конфліктний тип мовної особистості, тобто агресивно досягає поставленої мети, зухвало ігноруючи інтереси співрозмовника. Провокатор односторонньо реалізує свої власні наміри і намагається вплинути на реципієнта будь-яким чином, аби він діяв у потрібному йому напрямі, тобто не дотримуючись принципів Ввічливості та Кооперації. Провокатор намагається домінувати над реципієнтом, понизити статус та комунікативну роль, зневажливо ставиться до “збереження обличчя” партнера по комунікації. На відміну від конфліктних, кооперативні ситуації провокаційного мовлення характеризують провокатора як кооперативну мовну особистість, яка переважно дотримується принципів Ввічливості та Кооперації, уважно ставиться до реципієнта, хоча й дещо вдавано, що сприяє досягненню комунікативної мети. У конфліктно-кооперативних ситуаціях провокатор постає як центрована мовна особистість, яка задля реалізації перлокутивного ефекту планує свою мовленнєву діяльність так, щоб уникнути конфлікту та комунікативної невдачі і втілити інтенційні наміри більш кооперативним способом.

Комунікативні ситуації провокаційного мовлення вирізняються підвищеною експресивністю та емоційністю. Тут переважають акустичні невербальні засоби (тон і манера спілкування), а також оптичні, а саме проксемічні (порушення міжособистісної дистанції), кінесичні сигнали (міміка, контакт очима, жести), які супроводжують вербальні дії адресанта-провокатора, доповнюють його повідомлення і сприяють ефективній реалізації провокації в процесі спілкування. Для конфліктних ситуацій характерним є вживання акустичної групи невербальних засобів, які пов'язані з дисгармонією та негативним емоційним забарвленням комунікативних ситуацій, оскільки переважає підвищений тон, незадоволення. Натомість, у

кооперативних та конфліктно-кооперативних домінують оптичні невербальні засоби.

У ситуаціях провокаційного мовлення реципієнт може обрати активну або пасивну мовленнєву позицію і відповідно до неї формувати стратегічний план розвитку своєї комунікативної поведінки. Опрацьований мовний матеріал дозволяє виділити основні мовленнєві стратегії реципієнта, які є характерними переважно для конфліктних ситуацій: стратегія самооборони (тактика виправдовування, тактика заперечення, тактика образи, тактика узагальнення, пояснення), стратегія саботажу (тактика відсторонення, тактика ігнорування, тактика ухиляння від відповіді). Проте, згідно з дослідженням мовного матеріалу, вони є менш ефективними порівняно зі стратегіями провокатора. У кооперативному спілкуванні, коли реципієнт здебільшого відчувається безпечно та безтурботно, довіряє провокатору, легко йде на контакт, тому, відповідно, не намагається будувати свою мовленнєву діяльність, використовуючи стратегію захисту, а, навпаки, невимушено надає потрібну провокатору інформацію.

Під час провокаційного спілкування в інституційному дискурсі нерідко трапляються комунікативні невдачі, основними причинами яких є: небажання реципієнта надавати інформацію, легковажне ставлення провокатора до комунікативної позиції реципієнта, ігнорування його пріоритетної соціальної ролі, нечітко вибудований провокатором стратегічний план тощо.

Основні наукові результати розділу опубліковано в працях [113; 116; 118].

### РОЗДІЛ 3

## ПРОВОКАЦІЙНЕ МОВЛЕННЯ У КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ ПОБУТОВОГО ДИСКУРСУ

Побутовий дискурс охоплює найважливішу сферу міжособистісного спілкування, тому вивчення практичної реалізації мовленнєвої поведінки мовних особистостей у його межах постає актуальним. Побутовий дискурс належить до особистісно-орієнтованого спілкування і передбачає неформальні комунікативні ситуації, у яких соціальний статус співрозмовників є не настільки важливим, порівняно з інституційним типом дискурсу. Важливими стають саме особистісні характеристики комунікантів, рівень знайомства, вербальні та невербальні дії, поведінка співрозмовників у ситуаціях персонального (побутового) спілкування.

Провокаційне мовлення як тип міжособистісного спілкування досить часто відбувається в побутовому спілкуванні, оскільки щоденно комуніканти перебувають в умовах та ситуаціях, коли виступають суб'єктами чи об'єктами провокації. Провокаційне спілкування передбачає психологічний зв'язок між провокатором та реципієнтом, що ґрунтується на особистісно сформованих засадах. Релевантними постають питання стратегічного планування провокатором комунікативної ситуації, його стосунки з реципієнтом, модель і стиль мовленнєвої поведінки, типи мовної особистості провокатора та реципієнта в ситуації спілкування, дотримання чи порушення комунікативних норм і правил, що є підставою для успішної/неуспішної реалізації інтерактивного процесу провокації.

Одним із критеріїв будь-якого типу дискурсу є ступінь формальності спілкування. Комунікативні ситуації побутового дискурсу провокаційного мовлення характеризуються неформальною, неофіційною спрямованістю комунікації, відсутністю соціальної ієрархії (у більшості випадків), переважно симетрією міжособистісних стосунків (у кооперативних ситуаціях) тощо, оскільки провокатор та реципієнт перебувають у стосунках

соціальної близькості, які реалізуються в повсякденному житті і в межах побутової сфери комунікації.

Хоча провокатор виступає ініціатором інтерактивного процесу, реципієнт як рівноправний учасник спілкування відстоює свої комунікативні наміри, відповідно дотримується певної комунікативної поведінки, яка відповідає його тактико-стратегічному плану і може впливати на перебіг комунікативної ситуації.

Невідповідність комунікативних намірів і небажання враховувати інтереси один одного можуть спричинити неуспішний перебіг мовленнєвої взаємодії, викликати непорозуміння між провокатором та реципієнтом, порушення комунікативного контакту, труднощі в досягненні комунікативних і практичних цілей, внаслідок чого призвести до негативного результату спілкування, недосягнення провокатором комунікативної мети та прагматичних намірів, тобто комунікативних невдач.

### **3.1. Кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу**

Складовими кооперативного провокаційного спілкування є передусім дотримання принципу Кооперації та принципу Ввічливості. Крім того, ефективною вважаємо провокацію з точки зору досягнення поставленої комунікативної мети. Тобто успіх провокації забезпечується через обов'язкове досягнення перлокутивного ефекту при збереженні гармонійного та ввічливого спілкування. Досягнення комунікативної мети в кооперативних ситуаціях побутового дискурсу, в першу чергу, тісно пов'язане з кооперативним стратегічним планом провокатора, врахуванням комунікативної позиції реципієнта, рівнем відвертості та довіри між співрозмовниками, виявом соціальної рівності, принципом співробітництва, створенням комфортної атмосфери спілкування, гармонійною комунікативною поведінкою адресанта-провокатора тощо. Побутовий

дискурс передбачає прямолінійність та щирість у спілкуванні, оскільки комуніканти є більш-менш знайомими або перебувають у стосунках завоювання симпатії чи довіри, а саме відвертий стиль спілкування супроводжує ці почуття.

Кооперативна стратегічна спрямованість може варіюватися, тобто провокатор використовує різні стратегії спілкування, залежно від обставин комунікації, фактору реципієнта, ситуації спілкування загалом тощо.

У процесі провокаційної комунікації для досягнення бажаного результату і збереження балансу спілкування провокатор може використати принцип натяку, тобто так висловитися з певного приводу чи питання, щоб не повністю розкрити його зміст, а лише створити умови для здогаду з боку реципієнта. Отже, провокатор приховано висловлює певну думку для того, щоб реципієнт певним чином вербально відреагував на неї. Натяк є прикладом непрямой комунікації, “феноменом імпліцитної семантики”. Досліджуючи натяк, Р.В. Хвощевський сформулював визначення: “Натяк – це мовленнєва стратегія, яка полягає в не буквальному вираженні комунікативно ризикованих ілокутивних функцій висловлювання” [185, с. 9]. Основна мета антиконфліктної стратегії натяку полягає у регулюванні рівня емоційного впливу на реципієнта. Адресант намагається вербально дещо “згладити” ситуацію, не висловлюючись прямо, та імпліцитно мотивувати реципієнта до мовленнєвих дій, які є бажаними для провокатора.

Проаналізуємо особливості реалізації провокаційного мовлення у кооперативній комунікативній ситуації побутового дискурсу:

*[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)] [20].*

Цей приклад ілюструє реалізацію провокації у кооперативній комунікативній ситуації побутового дискурсу і має неофіційний характер. Розмова відбувається між Шелдоном і Вайолет, які є парою. Вайолет, дізнавшись напередодні, що вагітна, неоднозначно на це реагує, і більше того, вона не знає як таку новину сприйме її хлопець Шелдон, тому просто уникає його. Згодом до розмови долучається Купер, який, власне, виступає провокатором у даній розмові. Він є близьким другом дівчини і знає, що вона вагітна. Адресант-провокатор (Купер) для реалізації провокації обирає стратегію натяку, оскільки вона відповідає його комунікативній меті – делікатно дізнатись ставлення Шелдона до дітей, оскільки Шелдон не здогадується, що його дівчина вагітна. Дана комунікативна стратегія чітко відповідає ситуації, що склалась, адже неподалік гралися діти. Провокатор скористався ситуативним контекстом і проявив себе як спостережливий і кмітливий комунікант.

Обрана стратегія натяку реалізована за допомогою таких мовленнєвих тактик:

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

— тактика випитування (So you don't have kids of your own?), що виражається за допомогою розповідного речення, у якому зберігається прямий порядок слів, проте за формою та інтонацією є питальним. За допомогою цієї тактики провокатор намагається дізнатися більше. 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). Завдяки нейтральному висловленню провокатор отримав потрібну інформацію, дотримуючись ввічливого спілкування. Провокація виражена непрямим мовленнєвим актом і містить імпліцитний смисл повідомлення, що є притаманним стратегії натяку, оскільки натяк під час мовленнєвої взаємодії адресанта й адресата конструюється як інтендована імпліцитна пропозиція [17, с. 5].

У поданому випадку натяк залишився нерозпізнаним для реципієнта, оскільки він просто відповів на запитання, яке йому задали, не здогадавшись про приховану інтенцію провокатора. Натяк провокатора зрозуміли лише сам провокатор (Купер) і третій учасник діалогу (Вайолет), що зрозуміло з невербальних індикаторів. А цього, власне, і намагався досягти провокатор. Невербальні засоби є обов'язковими для реалізації комунікативної стратегії натяку і відіграють допоміжну роль. Невербальні засоби вираження провокації реалізовані кінестетичним способом, що включає комунікативно значущий погляд, контакт очима (підморгування). Ознакою успішної провокації є невербально виражена посмішка Вайолет, що є жестом схвалення, оскільки комунікативна мета була досягнута, тобто реципієнт надав потрібну інформацію.

Через те, 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, на 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, щоб не сказати зайвого чи якимось не нашкодити собі.

Провокатор демонструє кооперативний тип мовної особистості, оскільки позитивно налаштований до реципієнта, виявляє зацікавлення, доброзичливість, партнерський стиль спілкування, оскільки співрозмовники є приятелями. Отже, дискурс відбувається в умовах соціальної рівності. У комунікативній ситуації адресант-провокатор постає гнучким комунікантом, оскільки зумів зорієнтуватись у комунікативній ситуації і використати умови та обставини на свою користь, тобто отримати потрібну інформацію.

Реципієнт, у свою чергу, також постає гармонійною, проте ригідною мовною особистістю. За відсутності комунікативного домінування з боку провокатора реципієнт не відчуває потреби приховувати чи не надавати інформацію, проте, через недостатнє вміння аналізувати мовленнєву поведінку співрозмовника, піддається на провокацію, навіть не усвідомлюючи цього. Отже, стратегічний план провокатора виявився вдалим та ефективним.

Стратегія натяку, метою якої є отримання потрібної провокатору інформації реалізується за рахунок позитивного налаштування та кооперативного мовленнєвого 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.

У гармонійних ситуаціях спілкування адресант-провокатор намагається досягти комунікативної мети через мовленнєву кооперацію, тобто обирає антиконфліктні тактичні дії та прийоми. Для провокатора важливо стратегічно так спланувати свою мовленнєву діяльність, щоб реципієнт, не підозрюючи про негативні для себе наслідки, надав потрібну інформацію. Часто імітація позитивної мовленнєвої взаємодії сприяє досягненню

провокатором запланованого комунікативного результату, адже провокатор завжди дбає про власну мету, а інтенції в її досягненні допомагають обрати ефективну стратегію спілкування.

Розглянемо приклад кооперативної ситуації провокаційного спілкування побутового дискурсу:

*[At the Singles mixers party] WOMAN: (to the barman) Chardonnay, please. CAL: (after noticing a woman pretends to speak over the phone) I don't care if he personally inspected it before he shipped it. The painting's scratched, all right? Tell him. You tell France. He's paying for the restoration; otherwise, the whole thing comes back his way (Cal hangs up). WOMAN: Collector? CAL: Dealer. WOMAN: I'm a curator. CAL: Really? WOMAN: Really. [chuckling] (Later, they are sitting at the table) I don't know. I guess the upside to having been through a marriage before is that I not only know what I'm looking for, but I know what I don't want. CAL: Mmm. WOMAN: I just want to be happy. CAL: Yeah, I know what you mean. Like for me, right... This one thing is very, very, very important to me. It may seem old-fashioned to you, but that's fidelity. WOMAN: Yeah. CAL: For some reason, I feel the need to be up front about that. Heh. WOMAN: That's not old-fashioned. It's important to me, too. CAL: Uh-huh. WOMAN: You know, the entire time I was married, I never cheated. I was tempted and certainly accused of it, but I never strayed... Never. CAL: Hmm. WOMAN: Um, so, what are your hobbies? What do you like to do on the weekends? CAL: I run a company that shrink-wraps poodles for international travel. WOMAN: [chuckling] CAL: Um, um, I have to, uh, go feed my meter. WOMAN: Ok. CAL: Um, I'll be right back. Could you hold that thought? WOMAN: Yeah. I'll, uh, save your seat. CAL: Thanks. [Cal is leaving. Music and chattering continue] [12].*

Наведений приклад ілюструє реалізацію провокації в процесі розмови між Келом (провокатором) і жінкою (реципієнтом), колишній чоловік якої попросив Кела зустрітися з нею на вечірці і в процесі не нав'язливої бесіди з'ясувати чи зраджувала вона свого чоловіка, коли була з ним одружена. Володіючи певною інформацією про реципієнта, провокатору вдається чітко

і правильно вибудувати стратегію спілкування і знайти вдалий підхід до співрозмовниці. Отже, пресупозиція даної комунікативної ситуації сприяє успішному веденню розмови. Знаючи, що жінка працює куратором у музеї, провокатор за допомогою хитрощів сам створює такі умови, щоб вона ненавмисно підслухала його телефонну розмову з начебто його асистенткою, а потім починає розмову з нею. Провокатор, таким чином, намагався привернути увагу реципієнта. Далі лінія його мовленнєвої поведінки реалізується за допомогою стратегії відвертої розмови, яка втілюється в конкретних тактиках:

— тактика налагодження контакту (фатична тактика). Мета даної тактики – створити привабливий для реципієнта образ, вплинути на емоційний стан адресата. Той факт, що вони працюють в одній сфері, уже зближує їх як співрозмовників, що позитивно впливає на перебіг бесіди;

— тактика акцентування, яка реалізується розповідними стверджувальними реченнями з повторювальним прислівником *very*, що виконує функцію інтенсифікатора (*This one thing is very, very, very important to me. It may seem old-fashioned to you, but that's fidelity*) і виражає намір мовця підкреслити своє серйозне ставлення до вірності подружжя. Уникнення прямого запитання (Ви зраджували свого чоловіка?) дає можливість адресанту “зберегти обличчя” адресата. За допомогою непрямого мовленнєвого акту провокатор отримав потрібну інформацію. Реципієнт, нічого не підозрюючи, надав бажану для провокатора інформацію: *You know, the entire time I was married, I never cheated. I was tempted and certainly accused of it, but I never strayed... Never*. Використання лексичного повтору (*never*) і парцеляції підвищує експресивність висловлювання і дає можливість реципієнту підкреслити факт вітсутності зради. Таким чином, провокатор досягнув комунікативної мети кооперативним способом, а реципієнт навіть не здогадався, що його спровокували.

В аналізованій ситуації провокатор проявив себе як кооперативна мовна особистість. Важливе значення у досягненні мети відіграла вдавана

емоційна налаштованість до комунікативного партнера. Провокатор продемонстрував уважність, зацікавленість, симпатію, привітність, що викликало відповідну реакцію у партнера. Кінестетичні невербальні засоби спілкування позитивно вплинули на хід розмови, зокрема контакт очима, який виконує експресивно-регуляторну функцію у спілкуванні. Невербальний прояв дружніх почуттів та емоції симпатії сприяв кооперативній тональності спілкування між чоловіком та жінкою, що забезпечило досягнення комунікативного задуму провокатора.

З метою досягнення перлокутивного ефекту провокатор вдало використовує гнучкий тип комунікативної поведінки: впливає на емоційний стан реципієнта, активно діє та спритно орієнтується в комунікативній ситуації. Партнерський, невимушений, відвертий стиль спілкування, оптимістична тональність розмови забезпечують швидке досягнення поставленої мети.

У процесі інтеракції провокатор дотримується максимум принципу Ввічливості, що забезпечує привітну, доброзичливу атмосферу спілкування і створює сприятливі умови для реалізації комунікативної стратегії отримання інформації. Однак, на початковій стадії мовленнєвої інтеракції мовець порушує максимум якості принципу Кооперації, тобто говорить неправду, проте це тільки сприяє досягненню перлокутивного ефекту, оскільки не суперечить намірам реципієнта.

У рамках кооперативної взаємодії реципієнт, на відміну від конфліктних комунікативних ситуацій, не відчуває потреби захищатись чи саботувати через відсутність комунікативного чи емоційного дискомфорту. Відповідно, його комунікативні дії будуються на принципі довіри, що є ознакою гармонійного спілкування. Реципієнт, у свою чергу, також проявляє себе як гармонійний тип мовної особистості, оскільки демонструє увагу до партнера, позитивно ставиться до нього, відверто демонструє свої наміри завоювати симпатію провокатора. Разом з цим, реципієнт виступає як регідний тип мовної особистості, оскільки демонструє нездатність

аналізувати мовленнєву поведінку провокатора і розпізнавати його справжні мотиви і наміри, що зумовлено недостатньою комунікативною компетенцією. Саме тому адресат легко піддається на провокацію.

Зауважимо, що кооперативна комунікативна поведінка реципієнта може бути дійсно щирою, проте поведінка провокатора є здебільшого вдаваною, оскільки він хоче досягти власної комунікативної мети, а саме отримати необхідну інформацію. Гармонійний тип спілкування є лише способом, який допомагає швидше досягти бажаного результату комунікації.

Є випадки, коли для гармонізації інформаційного обміну і для досягнення очікуваного перлокутивного ефекту, а саме отримання бажаної інформації, провокатору необхідно використовувати різні підходи, які відповідають комунікативній ситуації, оскільки мовленнєва діяльність ґрунтується на надмовленнєвих завданнях. Стратегія підлабузництва – це лінія мовленнєвої поведінки провокатора, що полягає у встановленні контакту і підтримці гарних стосунків з реципієнтом, які полегшують провокатору досягнення комунікативної мети. Адресант-провокатор намагається з корисливою метою догодити реципієнту для того, щоб він міг йому довіряти і, відповідно, швидше йти на контакт. Стратегічне завдання провокатора – викликати симпатію, довіру та прихильність з боку свого співрозмовника і забезпечити інформативну співпрацю.

Розглянемо особливості провокаційного мовлення в кооперативній ситуації:

*[Doorbell rings. Mrs. Stafford opens the door] MRS. STAFFORD: (surprised) Marisol. MARISOL: I'm sorry to bother you. This letter came to the house a few days ago. It's addressed to you. (She gives Mrs. Stafford a letter) MRS. STAFFORD: Oh, it's just some promotional thing. It's not important. MARISOL: I wasn't sure. You won't tell Taylor I stopped by, will you? MRS. STAFFORD: Of course not. MARISOL: Some mail still comes to the house for you. I try to save it, but she makes me throw it away. If she knew I brought something for you, she would just scream at me. MRS. STAFFORD: Taylor screams at you?*

MARISOL: She has become this crazy nightmare. To tell you the truth... I don't know how much more I can take. MRS. STAFFORD: Would you like some tea?

MARISOL: Yeah. [Later inside the house] MRS. STAFFORD: So why don't you just quit? MARISOL: I've thought about it. But now it looks like I won't have to. You see, Taylor is trying to convince Michael to move to New York. MRS. STAFFORD: New York? MARISOL: She thinks you're gonna tell the whole town about her past, and she is scared to death. MRS. STAFFORD: Ha! She should be. (Chuckles) MARISOL: Of course, she deserves what she gets, but it might be better for you if they don't leave town. MRS. STAFFORD: How so? MARISOL: Mrs. Stafford ... (Sets cup down) I think Michael is still in love with you. MRS. STAFFORD: He has a funny way of showing it. Leaving me for Hooker Barbie? MARISOL: But I watch him. He's always talking about you. He's always looking at pictures of you. MRS. STAFFORD: Really? MARISOL: He's starting to realize he made a mistake. But, you know, if they leave town, move to New York, well, you know how it is. Out of sight, out of mind. (Sighs) MRS. STAFFORD: I'm gonna write Taylor a letter. MARISOL: Oh? MRS. STAFFORD: I'll promise that I won't tell anyone what I know. I'll say it's because of my deep and continuing affection for Michael. MARISOL: And I'll give her the letter. MRS. STAFFORD: Oh, no. (Scoffs) Not her. You give it to him so he knows how I feel. MARISOL: Oh, that is brilliant. MRS. STAFFORD: Ahh. (Chuckles) MARISOL: Unless someone else knows about Taylor's past. If word gets out, they'll still move. MRS. STAFFORD: Nobody else knows. MARISOL: How did you find out? MRS. STAFFORD: Evelyn Powell told me. MARISOL: How does Evelyn know? MRS. STAFFORD: Oh, it was her husband who first hired Taylor. MARISOL: Adrian hired Taylor? MRS. STAFFORD: He propositioned her while she was working in some diner. Apparently, he does that sort of thing. MARISOL: Wait. I'm confused. Adrian Powell uses prostitutes? MRS. STAFFORD: Oh. Not for himself. He gives them as gifts to his friends. MARISOL: What? MRS. STAFFORD: Yep. Evelyn calls it his disgusting little hobby. He brings those women right into their house. That's how Evelyn first met Taylor and that girl who got murdered. MARISOL: Flora

*Hernandez. MRS. STAFFORD: Oh, yes. In addition to being their maid, Flora was also Adrian's whore* [6].

Наведений діалог має неофіційний характер і реалізує провокацію в кооперативній ситуації побутового дискурсу, а саме розмові між Місіс Стеффорд (реципієнт) і Марісоль (провокатор). Марісоль працює служницею в будинку колишнього чоловіка місіс Стеффорд, який покинув її заради іншої жінки, Тейлор. Місіс Стеффорд дізналася, що Тейлор у минулому була повією, і погрожує всім про це розповісти. Марісоль, яка не лише прислужує у будинку Тейлор, а вже стала їй близькою подругою, вирішила поговорити з колишньою дружиною Майкла, місіс Стеффорд, і дізнатись, звідки в неї ця інформація, а також залагодити ситуацію на користь Тейлор.

Для реалізації своєї комунікативної мети, а саме дізнатись про минуле Тейлор, а також зробити так, щоб ця інформація не поширилась далі, провокатор (Марісоль) будує свою мовленнєву поведінку згідно з стратегією підлабузництва, яка в рамках даної комунікативної ситуації та обставин, що склалися, виявляється оптимальною та ефективною. Стратегічний задум адресанта-провокатора здійснюється за допомогою таких тактик:

— тактика догодження (1) *Some mail still comes to the house for you. I try to save it, but she makes me throw it away... You won't tell Taylor I stopped by, will you?* 2) *Taylor is trying to convince Michael to move to New York ... She thinks you're gonna tell the whole town about her past, and she is scared to death*). Провокатор хоче догодити реципієнту, виконавши певну послугу і наголошуючи на тому, що вона порушує заборону своєї роботодавиці, а також ділиться інформацією, яка виявляє приховані наміри Тейлор, справжню сутність справи, чим на початковому етапі розмови прагне викликати доброзичливість та симпатію до своєї персони;

— тактика обмови (1) *If she knew I brought something for you, she would just scream at me;* 2) *She has become this crazy nightmare. To tell you the truth... I don't know how much more I can take*) виражена простими розповідними та умовними реченнями. Метакомунікативна одиниця, яка

виражена інфінітивним зворотом *to tell you the truth* виконує функцію коментаря пропозиційного змісту висловлювання, вказуючи на правдивість інформації, що повідомляється. Провокатор намагається обмовити свою хазяйку і у такий спосіб викликати прихильність в очах реципієнта, оскільки адресат також негативно ставиться до Тейлор. Отже, провокатор намагається психологічно зблизитись з адресатом;

— тактика виявлення позитивних наслідків для реципієнта (... *it might be better for you if they don't leave town. Mrs. Stafford ... I think Michael is still in love with you... He's always talking about you. He's always looking at pictures of you... He's starting to realize he made a mistake. But, you know, if they leave town, move to New York, well, you know how it is. Out of sight, out of mind*). Провокатор за допомогою лестощів намагається вказати реципієнту на вигоду для нього, якщо адресат нікому не розповість інформацію, якою володіє. Така мовленнєва поведінка провокатора позитивно оцінюється реципієнтом, викликає симпатію з його боку, тому він невимушено надає бажану інформацію і обіцяє нікому не розповідати, чим і забезпечує реалізацію комунікативної мети провокатора. Провокація реалізується за допомогою умовної конструкції *Unless someone else knows about Taylor's past. If word gets out, they'll still move*. Директив у цьому випадку має імперативну іллокутивну спрямованість і спонукає реципієнта до виконання вербальної дії. Реципієнт втілює намір провокатора за допомогою комісиву *Nobody else knows ... I'll promise that I won't tell anyone what I know*, тобто мовленнєвого акту, іллокутивна мета якого полягає у зобов'язанні нікому не розповісти правду. Оскільки провокатору вдалось крок за кроком завоювати довіру реципієнта, подальші його мовленнєві дії будуються на основі тактики питання-відповідь для того, щоб довідатись, як реципієнт дізнався інформацію про минуле Тейлор.

У поданій комунікативній ситуації переважають акустичні невербальні засоби спілкування, а саме сміх, зітхання та паузи, які супроводжують і доповнюють мовну інтеракцію.

Головним стратегічним завданням провокатора було викликати у реципієнта прихильність до себе і кооперативним шляхом отримати бажану інформацію. Провокатор у даній ситуації постає гнучким типом мовної особистості, оскільки вміло орієнтується в комунікативній ситуації, і завдяки правильному психологічному підходу та настрою на початковому етапі розмови йому вдається довідатись потрібну інформацію. Зауважимо, що хоча провокатор за своєю соціальною роллю є служницею і займає нижчу соціальну позицію порівняно з реципієнтом, у даній комунікативній ситуації це не відіграє важливого значення, оскільки комунікативна стратегія підлабузництва сприяла тому, щоб нейтралізувати цю відмінність між ними. Провокатор постає кооперативним типом мовної особистості, тобто демонструє позитивне ставлення до реципієнта, враховує його інтереси, прагне до співробітництва. Тут панує гармонійна атмосфера спілкування, розмова ґрунтується на особистісній довірі комунікантів, проте, важливо зауважити, що все це має вдаваний характер. Адресат не відчуває комунікативного дискомфорту чи загрози, тому він не прагне будувати свою комунікативну діяльність на принципі оборони та захисних тактик. Гармонійна поведінка провокатора викликає взаємну реакцію з боку реципієнта, тому він також проявляє себе, як кооперативна мовна особистість, проте регідний комунікант, оскільки нездатний розпізнати справжні наміри провокатора. Реципієнт легко йде на контакт, цілком природньо і щиро надає інформацію, а провокатор проявляє себе, як умілий комунікант, який має навички планування і передбачування процесу міжособистісної інтеракції.

Стратегію підлабузництва ми розглядаємо як кооперативну, оскільки провокатор досяг перлокутивного ефекту, зберігши комунікативну рівновагу, тобто баланс міжособистісних стосунків. Дана стратегія передбачає викривлення, перекручування та перебільшення певних фактів і допускає порушення принципу Кооперації, зокрема максими якості. Оскільки, з огляду на соціальну регуляцію спілкування принципу Ввічливості часто надають

вищого статусу [204, с. 102], ми вважаємо доцільним пріоритет при реалізації стратегії підлабузництва надати принципу Ввічливості, мета якого полягає у забезпеченні гармонізації інформаційного обміну. Порушення максими якості не йде в розріз із намірами реципієнта, а, навпаки, виконує кооперативну функцію – сприяє встановленню відвертості, симпатії та прихильності адресата, які є ключовими факторами в реалізації комунікативного задуму провокатора.

Отже, адресант-провокактор у гармонійних (кооперативних) ситуаціях провокаційного мовлення побутового дискурсу поводить як кооперативна мовна особистість. Він створює доброзичливу, привітну атмосферу спілкування, демонструє зацікавлення, увагу до теми розмови, певну відвертість у спілкуванні. Наявність у співрозмовників спільних інтересів, відсутність соціальної нерівності лише сприяє налагодженню їх міжособистісних стосунків. Важливу роль відіграє наявна інформація, фонові (пресупозиційні) знання, якими володіє провокактор стосовно реципієнта, що дає змогу адресанту-провокактору заздалегідь спрогнозувати стратегічний план спілкування та мовленнєвої поведінки. Створення привітної атмосфери, вияв поваги та уваги, ввічливості до співрозмовника, умови співробітництва сприяють ефективній реалізації комунікативної стратегії і досягненню перлокутивного ефекту.

### **3.2. Конфліктні комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу**

Конфліктні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу передбачають мовленнєвий вплив провокатора на реципієнта, який реалізується через порушення кооперативних принципів, зневажливе ставлення до партнера по комунікації, зухвальство, зверхню мовленнєву поведінку провокатора, ігнорування інтересів та інтенцій реципієнта. Лінія поведінки провокатора в таких ситуаціях зазвичай будується на

некооперативному стратегічному плануванні задля реалізації комунікативної мети.

Розглянемо приклад:

*[NOLAN: Scotch okay? TYLER: Just tell me what the hell you want. NOLAN: Direct. I like that in my negotiations. Well, upon some research, I noticed that all your bills last summer were paid by one Leslie Montgomery. Kept-boy style. I get it. Older women can be so hot. Then I discovered that Leslie had filed a restraining order against you. Seems you made Leslie, uh... A very nervous man. Tell me, what's a gay hustler doing posing as a Harvard student? TYLER: Gay? Eh. A hustler? Maybe. NOLAN: Ambiguous sexual identity. I get it. I'm about a... 3 on the Kinsey scale myself. Still doesn't explain what you're up to. Although, it's no surprise you ended up best buds with Daniel Grayson. TYLER: Okay. A couple of years ago, my family lost everything. The Barrols went from the penthouse to the street. Overnight. I was forced to drop out of school, and now I'm here edging my way into an entry-level job with Conrad Grayson. NOLAN: And I imagine your chances for landing that job would take a nosedive if Conrad knew about your past. TYLER: All right, Nolan. You got me...]* [21].

Наведений приклад ілюструє реалізацію провокації в конфліктній комунікативній ситуації побутового дискурсу і має неофіційний характер. Діалог відбувається між Ноланом (провокатор) і Тайлером (реципієнт). Подруга Нолана попросила його знайти певну провокаційну інформацію про Тайлера для подальшого шантажу, оскільки він є дуже підступний та хитрий, видає себе за студента Гарварда для того, щоб зайняти посаду в престижній компанії, крім того, намагається зашкодити подрузі Нолана, тобто розлучити її з хлопцем. Адресант-провокатор знайшов деякі дані, проте його комунікативною метою є вербальне особисте підтвердження реципієнтом цієї інформації, оскільки провокатор веде відеоспостереження за розмовою. Для втілення свого комунікативного задуму адресант застосовує стратегію викриття, яка реалізується в таких тактиках:

— тактика повідомлення інформації (Well, upon some research, I noticed that all your bills last summer were paid by one Leslie Montgomery. Kept-boy style. I get it. Older women can be so hot. Then I discovered that Leslie had filed a restraining order against you. Seems you made Leslie, uh... A very nervous man). Провокатор одразу повідомляє всю інформацію, якою володіє, і цим ставить реципієнта у безвихідне становище і піддає провокації. Для підтвердження наявних даних провокатор вказує на джерело інформації, використовуючи евіденціальний маркер *upon some research*;

— тактика розсекречування. Провокатор для підсилення провокаційного мовленнєвого впливу називає реципієнта *kept boy* для того, щоб принизити його, а також *gay hustler*, чим розкриває таємницю про сексуальну орієнтацію адресата;

— тактика називання негативних наслідків для реципієнта (*I imagine your chances for landing that job would take a nosedive if Conrad knew about your past*), оскільки така інформація не дозволить йому отримати бажану посаду.

Реципієнт на початку розмови веде себе зверхньо, зухвало, рішуче та навіть агресивно, проте в звичній для нього манері одразу переходить до теми розмови. Це пояснюється його бажанням реалізувати свою комунікативну інтенцію, тому його мовленнєві дії базуються на основі стратегії агресивного ставлення *Just tell me what the hell you want*, зі вживанням вульгаризму *the hell*. Маркером провокації є інтерогатив *what's a gay hustler doing posing as a Harvard student?*, який передбачає спонукання реципієнта до відповіді, чим і реалізує провокацію. Розуміючи, що провокатор володіє досить компрометуючою інформацією, яка може його зганьбити і стати на перешкоді отримання бажаної посади, манера спілкування дещо змінюється. Реципієнт піддається на провокацію і, таким чином, вербально підтверджує наявну у провокатора інформацію: *a couple of years ago, my family lost everything. The Barrols went from the penthouse to*

the street. Overnight. I was forced to drop out of school, and now I'm here edging my way into an entry-level job with Conrad Grayson.

Вербальні дії провокатора підсилюються невербальними, а саме кінестетичними (розслаблена постава тіла, що свідчить про підготовленість до розмови та впевненість у своїх діях) та акустичними (спокійний, але досить переконливий тон та тембр голосу, що підсилює мовленнєвий вплив на реципієнта), які демонструють наполегливість провокатора в своїх мовленнєвих діях і зображують його ще більш рішучим комунікантом.

Провокація реалізується конфліктним шляхом. У даній ситуації провокатор дотримується максим принципу Кооперації, оскільки його висловлювання є досить інформативним, має достатньо підстав для істинності, є релевантним. Провокатор висловлюється чітко, лаконічно, уникає неоднозначності та натяків. Проте порушення принципу Ввічливості суперечить кооперативному спілкуванню, зокрема порушується максима тактовності, оскільки провокатор нехтує почуттям такту, ображає реципієнта, називаючи його kept boy та gay hustler, та максима симпатії, оскільки реципієнт і провокатор не є друзями, швидше навпаки, розмова не будується на принципі довіри та відвертості.

Конфліктний тип провокатора проявляється досить нечітко в даній ситуації. Адресант-провокація займає позицію “проти” партнера по комунікації, дещо зухвало, грубо себе поводить, ставить реципієнта в незручне становище, але не проявляючи показової агресії та ворожості. Провокатор постає гнучкою мовною особистістю, вольовим комунікантом, який здатен ефективно використовувати компрометуючу інформацію, прагне до домінування, займає зверхню позицію, хоча обидва комуніканти належать до одного соціального прошарку.

Реципієнт, безумовно, здатен впливати на динаміку комунікативної ситуації. На початковому етапі він постає як конфліктна особистість, якій властива агресивна мовленнєва поведінка, імпульсивність, непартнерський

стиль спілкування, проте регідність мовної особистості реципієнта та конситуація спілкування, що склалась, не дозволяє йому саботувати та уникнути провокації, на яку він, власне, піддається.

Отже, попри порушення принципів кооперативного спілкування, конфліктну спрямованість комунікативної ситуації, провокатору вдалось реалізувати комунікативну мету завдяки вдалому плануванню мовленнєвої діяльності, а саме стратегії викриття.

Конфліктні ситуації побутового дискурсу характеризуються особливою наполегливістю провокатора в досягненні комунікативної мети, що є ознакою некооперативної інтеракції.

*[MARISOL: Can you come with me? I need to talk to you for a second. BRED: I'm cleaning as fast as I can. MARISOL: This isn't about this party (bending forward) I'm Eddie's mother (forcefully) I am not screwing around. I will go to the police, and I will tell them about your little endeavor unless I start getting some answers. BRED: Look, I didn't know Flora was pregnant, I swear. MARISOL: But you were aware she was cheating on Eddie. BRED: We... we were working at a party for Flora's boss. Eddie was doing some business with some trust fund brats. Anyway, there was this one kid. The second Eddie's back was turned, Flora was all over him. A couple of weeks later, I saw them out together. MARISOL: I need a name. BRED: I don't ask customers for names. He's over there. You can ask him yourself. MARISOL: Over where? He's at this party? BRED: Right there (pointing at Remi) MARISOL: Remi Delatour? BRED: If you say so. All I knew about him was he liked coke. And could afford a lot of it] [2].*

Наведений приклад ілюструє реалізацію провокації в конфліктній комунікативній ситуації побутового дискурсу. Діалог відбувається між Марісоль (провокатор) та Бредом (реципієнт). Сина Марісоль посадили у в'язницю за підозру у вбивстві його дівчини Флори. Будучи впевненою в безневинності свого сина, крім того, володіючи інформацією, що Флора зраджувала йому, Марісоль намагається дізнатись правду з уст товариша її

сина. Бред працює офіціантом у кейтеринговій компанії, яка обслуговує різні свята та вечірки, де продає наркотики. Знаючи про це, провокатор намагається використати цей факт для досягнення своєї комунікативної мети, а саме дізнатись, з ким зраджувала її сину Флора, оскільки це може стати аргументом його непричетності до злочину. Стратегія шантажу виявляється досить доречною в даній комунікативній ситуації. Ключовою є тактика погрози, виражена умовним реченням: *I will go to the police, and I will tell them about your little endeavor unless I start getting some answers.* Провокатор ставить умову реципієнту, яка виражена експліцитно. На неї реципієнт не може не відреагувати, оскільки це призведе до негативних для нього наслідків, тому піддається на провокацію. Для ефекту більшої переконливості своїх дій провокатор використовує заперечне речення розмовної сленгової лексики: *I am not screwing around.* Ефект перших фраз [204, с. 147] має потрібний мовленнєвий вплив, оскільки реципієнт надає інформацію: *We... we were working a party for Flora's boss. Eddie was doing some business with some trust fund brats. Anyway, there was this one kid. The second Eddie's back was turned, Flora was all over him. Couple weeks later, I saw them out together.* Згодом реципієнт вдається до тактики відсторонення (*I don't ask customers for names*), що свідчить про його бажання дещо дистанціюватись. Розуміючи, що провокатор є сильнішим комунікантом, реципієнт не називає імені особи, з якою зраджувала Флора, але вказує на його місце перебування: *He's over there. You can ask him yourself.*

Маркером провокації є декларатив *I will go to the police, and I will tell them about your little endeavor unless I start getting some answers*, виражений умовним реченням, який має імперативну ілокутивну спрямованість, тобто спонукає реципієнта до здійснення асертивного мовленнєвого акту.

Стратегія шантажу є досить ефективним планом провокатора. Тактика погрози у поєднанні з дієвим використанням акустичних невербальних засобів, а саме просодичних, тобто переконливий тон і наполеглива манера спілкування, підсилюють мовленнєвий вплив

провокатора на реципієнта, що притаманно тональності конфліктних ситуацій провокаційного мовлення.

Стратегія шантажу належить до некооперативних стратегій провокаційного мовлення, отже, спостерігаються порушення принципу Ввічливості, а принципу Кооперації провокатор дотримується. Зокрема, недотримання принципу Ввічливості полягає в порушенні максими тактовності, згоди та симпатії, яке пояснюється домінуванням провокатора над реципієнтом, відстоювання власних інтересів, ігноруванням реципієнта, недоброзичливому ставленні провокатора.

Порушення кооперативних принципів спілкування пов'язано також з тим, що провокатор відповідно до свого стратегічного плану постає конфліктною комунікативною особистістю, оскільки здійснює негармонійний мовленнєвий вплив, тобто шантаж, задля досягнення перлокутивного ефекту. Провокатор демонструє зневагу до інтенцій реципієнта, наполегливість у досягненні власної мети, керує обставинами спілкування. За стилем спілкування провокатор є гнучким типом мовної особистості, який здатен використовувати ефект перших фраз для реалізації ефективного впливу на реципієнта. Крім того, важливе значення для досягнення перлокутивного ефекту має нерівність соціальних ролей. Провокатор (мати) займає вищу соціальну роль по відношенню до реципієнта (товариша сина провокатора), що також має свій вплив, тому він не може не надати їй інформацію. Під тиском провокатора реципієнт постає ригідною мовною особистістю, не здатною протидіяти впливу адресанта-провокатора, відстояти власні інтереси, реалізувати свій стратегічний план мовленнєвої діяльності, слабким контролем над ситуацією спілкування, тому піддається на провокацію.

Отже, у конфліктних ситуаціях провокаційного мовлення побутового дискурсу провокатор досягає перлокутивного ефекту через порушення принципів Кооперації та Ввічливості, некооперативного стратегічного плану, попри соціальну рівність комунікантів. Провокатор випереджає

реципієнта в комунікативному плані, оскільки займає ініціативну комунікативну роль через свою мовну компетентність.

### 3.3. Конфліктно-кооперативні комунікативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу

Основним завданням провокатора у межах конфліктно-кооперативних ситуацій є його особиста здатність стримати ситуацію конфлікту або ж запобігти йому, чи загалом уникнути. Така здатність провокатора свідчить про його високу комунікативну компетентність та вміння чітко планувати свою мовленнєву діяльність і впливати на діяльність реципієнта, тобто обирати дієві стратегії і тактики спілкування заради збереження сприятливих умов реалізації поставленої комунікативної мети.

Розглянемо приклад:

*[In the café] ZOILA: So the question is, do you really want Odessa as a friend? CARMEN: Hell, no. But I don't want her as my enemy. ROSIE: You have to go to that party. It could help you be a star. CARMEN: Then it's settled. I'm going to the party and enjoy myself. (Squeals) ROSIE: Good for you. (Chuckles) (noticing thoughtful Marisol) Marisol, are you okay? MARISOL: Yeah, I'm fine. I just... I have something on my mind. CARMEN: What is it? MARISOL: When Flora was killed, was she pregnant? ZOILA: (forcefully) Why? MARISOL: I was cleaning her room yesterday, and I found a pregnancy test. ZOILA: (aggressively) How is that any of your business? MARISOL: It was just a question. ZOILA: Well, I'm getting sick of your questions. CARMEN: (Speaks Spanish) Come on, guys. We were having fun. ZOILA: From the moment she got here, she's been asking about Flora. Why? She was our friend, not yours. MARISOL: I thought this was important. I thought it was something the police might want to know. ZOILA: Basta. We don't talk about Flora anymore. ROSIE: Why can't we talk about Flora? ZOILA: Rosie. ROSIE: She's dead. What does it matter? CARMEN: Because we all promised. ROSIE: I'm tired of protecting her. (sighs) Yes. Flora was pregnant. She*

*told me the last time I talked to her. MARISOL: Do you know who the father was? CARMEN: No. We just knew he was a rich guy. MARISOL: How did you know that? ROSIE: That's what she wanted, to have a millionaire's baby. CARMEN: And then milk him for everything he was worth. That was her plan. MARISOL: And you all knew this? (Rosie is nodding). ZOILA: We told her it was wrong. But Flora didn't care] [3].*

Ця комунікативна ситуація є прикладом конфліктно-кооперативного провокаційного спілкування побутового дискурсу і має неофіційний характер. Це розмова між подругами, які працюють служницями. Марісоль (провокатор) новенька в їх компанії, бажає знати правду про дівчину Флору, яку вбили і яка працювала служницею в домі, де зараз працює Марісоль, тому і розпитує у своїх колег-подруг Зойли, Розі та Кармен (реципієнти), які дружили із Флорою. Оскільки дана розмова є прикладом полілогічного мовлення, то реципієнтів є декілька (Зойла, Розі, Кармен), тобто декілька джерел інформації, що власне спрощує процес отримання інформації для провокатора. Марісоль (провокатор) для реалізації своєї комунікативної мети, а саме дізнатись детальнішу інформацію про Флору, спочатку буде мовленнєву діяльність згідно з кооперативною стратегією отримання інформації і застосовує тактику запитання *When Flora was killed, was she pregnant?*, що передбачає гармонійний перебіг провокації. Слід враховувати і невербальне наповнення провокаційної інтеракції, що відіграє важливу роль у комунікативному процесі, а саме кінетичне, тобто задумливий вираз обличчя провокатора з метою привернення уваги реципієнтів. Отже, маркером провокації є інтерогатив, виражений запитанням *When Flora was killed, was she pregnant?*, метою якого є спонукати реципієнта до відповіді. Провокація реалізована мовленнєвим актом інтерогативом, ілокутивна мета якого полягає у запиті важливої для провокатора інформації, інтенційною специфікою якого є спонукати реципієнта до асертивного мовленнєвого акту.

Проте, вектор розмови різко змінюється, оскільки один із реципієнтів (Зойла), не бажаючи надавати інформацію, вдається до стратегії саботажу.

Мета цієї стратегії – висловити вербальний опір та ігнорування змістової частини висловлювання з метою ухиляння від спілкування. Вона реалізується в наступних тактиках:

— тактика обурення: *How is that any of your business? ... I'm getting sick of your questions ... From the moment she got here, she's been asking about Flora. Why? She was our friend, not yours,* яка викликає захисну реакцією реципієнта і пояснюється вторгненням в особисту сферу, а саме у внутрішні стосунки подруг;

— тактика відмови: *Basta. We don't talk about Flora anymore,* яка має імперативну ілюктивну спрямованість і викликана некооперативною готовністю до спілкування.

Стратегія реципієнта доповнюється використанням акустичних невербальних засобів, які посилюють вербальне повідомлення, а саме просодичних, тобто експресивною манерою мовлення та агресивним тоном спілкування.

Щоб запобігти комунікативній невдачі, провокатор намагається врегулювати конфлікт і продовжити розмову для реалізації своєї комунікативної мети, тому починає спрямовувати ситуацію в кооперативне русло, щоб подолати комунікативне ускладнення за допомогою регулятивної стратегії, яка виражається у:

— тактиці нейтралізації обурення: *It was just a question,* вираженої простим реченням із використанням обмежувальної частки *just*, яка виконує функцію зменшення напруги та незадоволення з боку реципієнта;

— тактиці пояснення: *I thought this was important. I thought it was something the police might want to know,* за допомогою якої провокатор намагається виразити та пояснити своє ставлення, тим самим нейтралізувати комунікативний дискомфорт і не допустити збою у комунікації.

Отже, за допомогою регулятивної стратегії провокатору вдається подолати комунікативне ускладнення і відновити нормальний розвиток дискурсу. Полілогічна форма дискурсу, в поданій ситуації, сприяє

досягненню перлокутивного ефекту провокації. Якщо один із реципієнтів (Зойла) відмовився надавати інформацію, то інші (Розі та Кармен) піддаються на провокацію. Подальша мовленнєва діяльність адресанта-провокатора розгортається за допомогою тактики питання-відповідь, оскільки комунікативний збій було нейтралізовано і реципієнт невимушено надавав бажану інформацію: Yes. Flora was pregnant. She told me the last time I talked to her ... We just knew he was a rich guy ... That's what she wanted, to have a millionaire's baby ... And then milk him for everything he was worth. That was her plan, вказавши на джерело інформації за допомогою евіденціального маркеру she told.

У процесі міжособистісної взаємодії адресант-провокатор порушує принцип Кооперації, а саме максимум релевантності, що власне і є причиною комунікативного збою. Провокаційне запитання адресанта (When Flora was killed, was she pregnant?) виявилось недоречним і не релевантним, оскільки комуніканти спілкувались абсолютно на іншу тему. І саме ця мовленнєва дія провокатора виявилася недоцільним комунікативним вчинком, який суперечить кооперативній інтеракції, і викликала конфронтаційну реакцію з боку одного з реципієнтів. Однак, невідхильне дотримання провокатором Принципу Ввічливості і всіх його максимум сприяло усуненню негативних наслідків комунікації, нейтралізації конфлікту та можливої комунікативної невдачі і позитивно вплинуло на результат комунікації, тобто досягнення перлокутивного ефекту.

Зауважимо, що під час комунікативної ситуації провокатор демонструє неухильність та наполегливість у досягненні комунікативної мети, тим самим проявляє себе гнучким комунікантом, здатним впливати на умови ситуації та регулювати емоції співрозмовника. Адресант-провокатор постає центрованою мовною особистістю, оскільки здатен ігнорувати певні комунікативні збої, тобто небажання реципієнта надавати інформацію, і попри це досягати перлокутивного ефекту комунікації.

Отже, регулятивна стратегія виявилась ефективною для реалізації провокації в рамках конфліктно-кооперативної комунікативної ситуації. Провокатор зумів реалізувати комунікативну мету, успішно подолавши комунікативний збій, який міг призвести до можливої комунікативної невдачі, спрямувати розмову в кооперативне русло та оптимізувати комунікативну інтеракцію. Адресант проявив себе як компетентний комунікант, який здатний пристосовуватись до мінливих обставин спілкування, подолавши конфронтаційну реакцію реципієнта, чим забезпечив вдалу реалізацію провокації.

В окремих випадках провокатору для того, щоб подолати небажання реципієнта надавати інформацію і не допустити можливість комунікативної невдачі, слід не лише регулювати та контролювати комунікативний процес, а й персуазивно спонукати адресата до потрібних мовленнєвих дій. Регулятивно-спонукальна стратегія полягає у керуванні мовленнєвою поведінкою партнера за допомогою різноманітних спонукальних прийомів. Якщо адресат не бажає надавати інформацію, провокатору необхідно зорієнтуватись в умовах спілкування і змінити комунікативні дії реципієнта так, щоб він змінив свою позицію.

*[Susan's House. Susan is under the sink, working on something, when someone knocks on her door. Without getting up, she yells out to them. SUSAN: "Come in!" PAUL: "We need to talk." SUSAN: (scared) "Oh! Oh! Uh, uh, Paul, you, you can't just walk into people's houses." PAUL: "Susan, you told me to come in." SUSAN: "Well, that's 'cause I assumed you were someone I would let in my house. What do you want?" PAUL: "I was looking through my mail, and I found this." (He holds up the flyer that proclaims Zach to be missing). PAUL: "I was surprised to discover that you were looking for my son. You didn't happen to find anything out about where Zach might be, did you?" SUSAN: "No. No, I didn't. Sorry I can't help you out." PAUL: "I'm asking because if you remember, Zach hid here in this house before, and now I learn that you've been searching for him." SUSAN: "Well, he's not here." PAUL: "Hmm. Well, maybe we should double*

*check." SUSAN: "But he's not here. I swear." (As they talk, Susan is rummaging in the soapy dishwater behind her). PAUL: "What are you grabbing for?" SUSAN: "A knife. I just want to slice some tomatoes." (Paul reaches over to a knife block and pulls out a large knife. He points it toward Susan and slowly walks toward her). SUSAN: (out of fear) "I don't know how I know this, but I, I think that he's in Utah. He, he took a bus to Bountiful. You have family there, right? (He comes closer). Okay, I gave him the bus fare." Paul hands the knife to Susan. PAUL: "You might want to be careful with that. You seem a little jittery." Paul leaves] [1].*

Наведена діалогічна взаємодія ілюструє конфліктно-кооперативну ситуацію провокаційного мовлення побутового дискурсу і має неофіційний характер. Це розмову між двома сусідами. У розмові із Сюзен (реципієнт) Пол (провокатор) намагається дізнатись інформацію про Зака, свого сина, який зник. Сюзен разом з іншими сусідами допомагала у пошуках зниклого хлопця, але, коли вона випадково зустрілася з ним у парку, то під час розмови зрозуміла, що він хотів би повернутись додому, помиритись з її дочкою, з якою вони раніше зустрічались, і відновити стосунки. Зак був психічно не здоровим і раніше лікувався у психлікарні, тому Сюзен завжди була проти їх стосунків і вирішила дати йому грошей для того, щоб спровадити його якомога далі, таким чином, захистити свою дочку від неприємностей. Стосунки між провокатором (Полом) та реципієнтом (Сюзен) досить напружені. Оскільки про Пола ходили різні чутки, його навіть підозрювали у вбивстві, Сюзен обережно ставиться до нього і навіть боїться. Саме така психологічна напруга страху з боку провокатора сприяє успішній реалізації його комунікативної мети, а саме дізнатись інформацію про свого сина.

Для того, щоб досягнути запланованого комунікативного результату, провокатор застосовує регулятивно-спонукальну стратегію, яка уможливлується наступними тактиками:

— тактика запитання: *You didn't happen to find anything out about where Zach might be, did you?* Виражена розділовим запитанням, що має

відтінок ненав'язливості, що передається за допомогою дієслова *happen*. Провокатор обережно намагається дізнатись інформацію, оскільки знає ставлення реципієнта до самого себе і його сина. Маркером провокації є інтерогатив, що спонукає реципієнта до здійснення асертивного мовленнєвого акту. Реципієнт намагається поводитись обачно та уникати відповіді, дотримуючись своєї комунікативної мети, а саме не виказати правду за допомогою стратегії заперечення, що реалізується у мовленні заперечними реченнями у парцеляції: *No. No, I didn't. Sorry I can't help you out ... But he's not here. I swear;*

— тактика емоційного спонукання, що виражена невербально, за допомогою проксемічних невербальних засобів, тобто зменшення просторової відстані між комунікантами: *Paul reaches over to a knife block and pulls out a large knife. He points it toward Susan and slowly walks toward her.* Саме ця тактика мала безпосередню спонукальну дію на реципієнта. Провокатор викликає в адресата емоції страху та жаху. Наближення провокатора до суб'єкта страху змусило реципієнта піддатись на провокацію і надати очікувану інформацію: *I don't know how I know this, but I, I think that he's in Utah. He, he took a bus to Bountiful. You have family there, right?.. Okay, I gave him the bus fare.* Адресат намагається зменшити свою безпосередню причетність до від'їзду хлопця за допомогою заперечної конструкції *I don't know how I know this.*

Адресант-провокатор демонструє центрований тип мовної особистості, оскільки, ігноруючи вербальну реакцію реципієнта, тобто заперечення, провокатор, завдяки ефективному впливі на емоційний стан співрозмовника, зумів реалізувати комунікативний задум. Важливу роль зіграв фактор страху на тлі емоційного впливу, пов'язаного із міжособистісними стосунками, чим і скористався провокатор. Це свідчить про його гнучкий тип мовної поведінки. Провокатору не потрібно було докладати багато зусиль для подолання комунікативної невдачі. Наявний у реципієнта страх викликав очікувану провокатором вербальну дію. Реципієнт продемонстрував

ригідний тип мовної особистості з огляду на його некомпетентність, слабкість, нездатність відстоювати свою позицію.

Провокація була реалізована конфліктно-кооперативним шляхом. Хоча не було порушень максимуму принципу Кооперації, проте первісно порушується максима симпатії принципу Ввічливості, оскільки реципієнт з насторогою ставиться до провокатора й відверто боїться його і саме зі страху надає інформацію. Провокатору вдалося подолати небажання адресата надати інформацію за допомогою регулювання комунікативного процесу емоційним впливом.

Отже, регулятивно-спонукальна стратегія полягає у керуванні комунікативним процесом і спонуканні реципієнта до мовленнєвих дій, навіть за допомогою викликання в нього негативних емоцій. Провокатор досяг перлокутивного ефекту та реалізував комунікативний намір, подолавши комунікативний збій, тобто небажання реципієнта надавати інформацію.

#### **3.4. Причини комунікативних невдач у ситуаціях провокаційного мовлення побутового дискурсу**

Комунікативні невдачі є наслідком нездійснення або неповного здійснення комунікативного наміру провокатора через повне або часткове нерозуміння його повідомлення адресатом, а також непередбачуваного і небажаного ефекту, що виникає під час спілкування. Їх пов'язують з особистими характеристиками комунікантів, обставинами спілкування, процесами вербалізації та розуміння, труднощами досягнення комунікативних і практичних намірів, порушенням принципу комунікативної контактності [204, с. 180].

Однією з причин комунікативних невдач провокаційного мовлення є порушення провокатором тональності спілкування як одного із важливих понять комунікативного процесу, що може призвести до комунікативного

конфлікту. Нерівноправна тональність спілкування унеможлиблює комунікацію, знижує її ефективність або стає на заваді досягнення комунікативної мети. Існують випадки, коли комунікативні невдачі виникають у ситуації спілкування, в якій конфліктність провокатора є домінуючим наміром у його мовленнєвій поведінці відносно комунікативного партнера. Негармонійна тональність може призвести не лише до конфлікту між сторонами, а й до припинення реципієнтом контакту, тобто мовленнєвої взаємодії. Розглянемо приклад комунікативної невдачі у конфліктній ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу:

*[TYLER: And so, we're headed to the Berry Islands on a G5, because they're looking for a tax haven and they want me to show them around. I mean, you can get an entire island down there for cheap, like five or six million. ASHLEY: Oh, pocket change, really. EMILY: So why did they ask you to take them around the islands? DANIEL: His parents own one. EMILY: Oh, so you've been there? DANIEL: Me? No. I mean, we were meant to go a couple years ago, around Christmas. I forget why we didn't. TYLER: (thoughtful) Yeah, I think there was a hurricane. EMILY: Doesn't hurricane season end in November? TYLER: Weird weather that year. EMILY: Where do you guys fly into down there? Most of the airstrips are so short. Half are unpaved. TYLER: I don't know. We just landed. EMILY: You just landed...on a dirt runway in a 60 million dollar plane? TYLER: (grinning) What are you saying, that I'm making this up? EMILY: I'm saying the last time anyone went down there looking for tax shelters, they had to take a turboprop. And why would anybody want to hide their money in the Bahamas? Their privacy laws were stripped in 2006. TYLER: (aggressively) What's your point? EMILY: Either you're confused, or you're giving spectacularly bad advice. TYLER: Forget it. I'm just trying to tell a story. EMILY: Oh, I believe that. TYLER: (stands up) You know what...? DANIEL: Tyler, come on, don't be like that. TYLER: Me? Why don't you tell your girlfriend to take a step back. Who does she think she's talking to, anyways? EMILY: That's a very good question. TYLER: I'm outta here. (turning to Ashley) Sorry, Ashley. DANIEL: Tyler, wait up] [23].*

Поданий діалог передає розмову друзів. Мовний двобій розгортається між Емілі (провокатор) та Тайлером (реципієнтом). Тайлер досить хитрий і підступний хлопець, який вміло видає себе за нащадка заможної родини, хоча, насправді, це не так. Довідавшись про певні факти його біографії, Емілі (провокатор) хоче викрити його, заставити зізнатись у тому, що він усе вигадує, щоб бути в колі своїх заможних друзів. Для реалізації цієї комунікативної мети, провокатор обирає стратегію мовленнєвого тиску, яка продовжується у таких тактиках:

— тактика питання, що реалізується різними типами запитань. Метою тактики є “атакувати” реципієнта, поставити його у безвихідне становище. Провокатор проявляє себе як компетентний комунікант, обізнаний співрозмовник, питання якого є вдалими і цілком відповідають комунікативній меті адресанта: *So why did they ask you to take them around the islands?.. Oh, so you've been there?.. Doesn't hurricane season end in November?.. Where do you guys fly into down there?;*

— тактика ствердження з відтінком сумніву та звинувачення для того, щоб викликати підозру в інших учасників комунікативного процесу в достовірності слів реципієнта: *I'm saying the last time anyone went down there looking for tax shelters, they had to take a turboprop. And why would anybody want to hide their money in the Bahamas? Their privacy laws were stripped in 2006... Either you're confused, or you're giving spectacularly bad advice.*

Серед мовленнєвих актів домінують квеситиви та репрезентативи. Провокація реалізується за допомогою репрезентатива, тобто мовленнєвого акту, ілюкативна мета якого – ствердити певний стан речей і, таким чином, зобов'язати реципієнта вербально відреагувати на істинність висловлювання: *Either you're confused, or you're giving spectacularly bad advice.* Така мовленнєва взаємодія завершується загостренням конфлікту та комунікативною невдачею.

Реципієнт намагається реалізувати свою комунікативну мету, а саме не викликати до себе підозри з боку інших учасників комунікації, тому свої

мовленнєві дії буде на основі стратегії саботажу. За допомогою тактики відсторонення (What are you saying, that I'm making this up?.. Forget it. I'm just trying to tell a story) реципієнт намагається зменшити тиск і мовленнєву атаку провокатора. Оскільки провокатор вербально не відступає, конфліктність ситуації загострюється, відповідно, і реципієнту доводиться реагувати більш категорично та агресивно (Why don't you tell your girlfriend to take a step back. Who does she think she's talking to, anyways?), а згодом і взагалі припинити мовну взаємодію (I'm outta here), що є причиною комунікативного провалу, тобто невдачі.

Комунікативна поведінка провокатора будується на принципі Кооперації та дотриманні всіх його максим, але порушується принцип Ввічливості, що викликано зневажливим ставленням та неприхильністю провокатора до реципієнта, що є першопричиною мовленнєвого конфлікту між сторонами та комунікативної невдачі.

Отже, попри комунікативну компетентність провокатора, його ерудицію та обізнаність із фактами життя реципієнта, що, власне, мало б допомагати у плануванні мовленнєвої діяльності, провокатору не вдається досягти перлокутивного ефекту через неправильно обрану, а саме конфліктне спрямування та ворожу тональність спілкування через власне неприязне ставлення провокатора до реципієнта.

Причиною комунікативних невдач може стати небажання і неготовність реципієнта надавати інформацію. Розглянемо приклад комунікативної невдачі:

*[Doorbell rings. Betty opens the door. FRANCINE: Hey, Betty. I have the shirt. BETTY: What is this? FRANCINE: Bobby spilled some grape juice down the front of it – I washed it. BETTY: Um, this is Ernie's shirt, not Bobby's. FRANCINE: Well, how do you know? (She notices a bottle of wine on the table) Oh, did you have a party you didn't invite me to? BETTY: I'll invite you. It's going to be a dinner party. And I'm just trying the wine, you know, develop my palate. Do you want some – it's a split. There's another glass. FRANCINE: How are you?*

*BETTY: I'm good. FRANCINE: Maybe I will try some. Betty, Jill Sandifer was in the market earlier today. BETTY: What? FRANCINE: Is it true? BETTY: You're my friend, Francine. Are you coming over here to do recon? FRANCINE: I'm worried about you. BETTY: I don't know what happened. I kept thinking in the car on the way back. "Did that really happen?" Then I just put it out of my mind. FRANCINE: Well, what did happen? BETTY: Whatever you heard. I don't even wanna talk about it. I have my own version and it's plenty. FRANCINE: It's okay...]* [16].

Дана комунікативна ситуація є прикладом кооперативної мовленнєвої взаємодії між двома подругами Френсін (провокатор) та Бетті (реципієнт). Напередодні у Бетті сталася сутичка з їхньою спільною подругою. Довідавшись про це з інших уст, Френсін хоче дізнатися про деталі інциденту. Для реалізації своєї комунікативної мети провокатор обирає стратегію натяку, яка є ознакою кооперативного спілкування:

— тактика приводу. Провокатор, під приводом повернути сорочку (I have the shirt), яку позичала для свого сина, приходять до реципієнта додому, проте не стільки для того, щоб її повернути, скільки для того, щоб розпитати про подробиці суперечки;

— тактика показного хвилювання (How are you?... I'm worried about you). Провокатор як подруга намагається проявити турботу й створити атмосферу відвертості і цим викликати у реципієнта бажання поділитись та обговорити неприємну ситуацію, що сталась з нею;

— тактика прихованого випитування, за допомогою якої провокатор намагається ініціювати процес розпитування. За допомогою непрямого мовленнєвого акту (Betty, Jill Sandifer was in the market earlier today) провокатор робить спробу імпліцитно стимулювати розмову про інцидент;

— тактика прямого випитування (Well, what did happen?) реалізується спеціальним запитанням з емпатичним дієсловом did для надання висловлюванню більшої експресивності.

Дана комунікативна ситуація побутового дискурсу реалізується у природній для двох подруг манері спілкування. Провокатор (Френсін) мала на меті по секрету випитати у реципієнта (Бетті) деталі сутички. Проте, реципієнт не бажає надавати інформацію, оскільки інцидент є неприємним для неї. Хоча співрозмовниці є близькими подругами, реципієнт все ж таки саботує і не надає інформацію про деталі суперечки: I don't know what happened. I kept thinking in the car on the way back. "Did that really happen?" Then I just put it out of my mind... Whatever you heard. I don't even wanna talk about it. I have my own version and it's plenty. Крім того, реципієнт намагається присоромити провокатора: You're my friend, Francine. Are you coming over here to do recon?

Зауважимо, що саме близьке знайомство між комунікантами, що є ознакою побутового дискурсу, застерігає реципієнта від того, щоб не піддатись на провокацію. Реципієнт не бажає розповісти про деталі інциденту, оскільки провокатор (Френсін) є зноюю пліткаркою.

Крім того, провокатор у процесі комунікації порушує максимуму такту принципу Ввічливості, який, власне, є первинним для реалізації кооперативного спілкування, що є ознакою не досить детально продуманого провокатором стратегічного плану для реалізації поставленої мети.

Отже, неврахування інтересів реципієнта, а саме його небажання та неготовність надавати інформацію, порушення принципу кооперативного спілкування призвело до комунікативної невдачі, оскільки реципієнт не піддався на провокацію.

Ще однією причиною комунікативних невдач у межах побутового дискурсу є недостатній рівень знайомства між співрозмовниками, оскільки ця ознака суттєво впливає на комунікативний процес. Розглянемо приклад:

*[(Zoila, Rosie and Karmen are speaking indistinctly in Spanish. Marisol is coming closer). ROSIE: Hi. MARISOL: Hello. ROSIE: I saw you coming out of the Stafford house this morning. Did you take over for Lupe? MARISOL: Yes. I'm the new maid. KARMEN: Oh. Lupe told us Mr. Stafford's new wife is a hot mess.*

*(Laughs) What do you think? MARISOL: Oh, she's okay. Just a bit insecure. God, is it awful of me to gossip about my employers? ZOILA: Honey, if you're gonna sit by us, it's a requirement. (Laughter) One time miss Genevieve asked me to hand her shampoo while she was still in the shower. MARISOL: That's not so bad. ZOILA: She wasn't alone. (Laughter) They were in there for another hour. The whole time, I'm thinking, "Lord, I have to clean that". (Laughter) MARISOL: So... do you know all the maids who work around here? ZOILA: Sure. MARISOL: What about the girl who got killed? ROSIE: Her name was Flora. MARISOL: That had to have been a shock. ROSIE: I would've been more shocked if she had been somewhere else. But those people she worked for... MARISOL: The Powells? What about them? ROSIE: They're... strange. MARISOL: In what way? ZOILA: It's late. We have to get going. KARMEN: It was so nice to meet you, Marisol. MARISOL: You, too. KARRMEN: Come on, Rosie. MARISOL: See you around ] [4].*

Діалог ілюструє розмову між дівчатами Зойлою, Розі та Кармен, які є давніми подругами, та Марісоль (провокатор), яка долучається до компанії і в процесі розмови знайомиться з ними. Усі вони працюють покоївками. Марісоль, бажаючи дізнатись про подробиці смерті жінки-покоївки, яка працювала в сусідньому будинку під час дружньої бесіди намагається реалізувати свій задум. Провокатор застосовує стратегію відвертої розмови, що реалізується за допомогою тактики питання (*So... do you know all the maids who work around here? ... What about the girl who got killed?*), і в процесі розмови розпитує дівчат про вбивство їхньої подруги-покоївки. Розі йде на контакт і надає певну інформацію, проте подруги зупиняють її (*It's late. We have to get going*) і уникають контакту.

Хоча провокатор дотримується принципів Кооперації та Ввічливості, розмова відбувається в доброзичливій формі, йому не вдається досягти перлокутивного ефекту спілкування. Комунікативна ситуація закінчується комунікативною невдачею для провокатора, оскільки співрозмовники малознайомі, тому не можуть довіряти й надавати інформацію.

Отже, причини комунікативних невдач у ситуаціях провокаційного мовлення побутового дискурсу криються в особливостях міжособистісного спілкування. Інтерація у побутовому дискурсі відбувається між більш чи менш знайомими людьми, що може спричинити ряд комунікативних невдач. Неправильна налаштованість провокатора на розмову в результаті призводить до конфліктного характеру та ворожої тональності спілкування, які не сприяють успішній реалізації комунікативних намірів. Рівень знайомства також впливає на реалізацію провокації в межах побутового дискурсу. Малоознайомі комуніканти не відчують достатнього рівня довіри, тому уникають розмови. Крім того, недостатньо визначений стратегічний план провокатора, порушення принципів спілкування та особистісне небажання реципієнта вести розмову викликають комунікативні невдачі.

### **3.5. Мовний портрет провокатора: успішний vs неуспішний**

Мовний портрет комуніканта відіграє важливу роль у дослідженні мовної особистості в процесі спілкування, оскільки дає змогу всебічно зобразити учасника комунікативного процесу. Проблему мовного портрету активно досліджують сучасні лінгвісти. На думку С.В. Леорди, мовний портрет – це втілена у мовленні мовна особистість [101]. Т.П. Тарасенко визначає поняття мовного портрету як сукупність мовних та мовленнєвих характеристик мовної особистості [163, с. 8]. Під мовним портретом Г.Г. Матвєєва розуміє набір мовленнєвих переваг мовця в конкретних обставинах для актуалізації певних намірів та стратегій впливу на слухача. Дослідниця зазначає, що за допомогою мовного портрету фіксується комунікативна поведінка, яка автоматизується у випадку типової повторювальної ситуації спілкування [109, с. 87]. М.В. Китайгородська та Н.М. Розанова мовним портретом називають “функціональну модель мовної особистості” [72, с. 10].

Дослідження мовленнєвої поведінки провокатора в різних комунікативних ситуаціях провокаційного спілкування дає змогу описати його мовний портрет, що передбачає виокремлення особливостей, які притаманні ідеальному та неуспішному типу адресанта-провокатора, а також визначення інваріантних і варіантних рис провокатора, які змінюються залежно від типу комунікативної ситуації.

Ідеальний провокатор – це високо компетентний комунікант, який завжди реалізує свої комунікативні наміри та завжди досягає комунікативної мети, використовуючи не лише гармонійні та кооперативні, а й некооперативні засоби та методи досягнення глобального перлокутивного ефекту. Він володіє вміннями, знаннями та навичками спілкування, що забезпечують ефективність комунікації, здатний використовувати необхідні прийоми впливу для того, щоб досягти потрібного результату спілкування – саме отримати від реципієнта бажану інформацію.

Ключовою умовою успішності провокаційного спілкування є комунікативна компетенція адресанта-провокатора, тобто його здатність активізувати свої знання та мовленнєві дії в будь-якій комунікативній ситуації для того, щоб викликати бажану вербальну реакцію з боку реципієнта. Успішний провокатор має здатність до активної інтеракції, а саме взаємодії з комунікативним партнером в різних ситуативних контекстах, що “передбачає знання правил інформаційного обміну, володіння сценаріями та механізмами міжособистісної взаємодії” [204, с. 140].

Ідеальний провокатор – це, в першу чергу, вмілий стратег, спроможний вправно використовувати вербальні та невербальні засоби реалізації стратегій спілкування для досягнення комунікативних намірів, підвищення ефективності комунікації та, у випадках конфліктно-кооперативних ситуацій, компенсації порушень комунікативного процесу, оскільки за допомогою розумової діяльності регулює процеси спілкування. Ідеальний провокатор – це комунікант, який, крім чіткого стратегічного планування комунікації, володіє набором комунікативних норм, правил і максим спілкування,

дотримання яких, переважно в кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення, поряд із їх порушенням (переважно некооперативні ситуації) сприяють реалізації перлокутивного ефекту. Подумки він все прораховує, намагається свідомо обрати таку поведінку, яка найбільш відповідає комунікативній ситуації, здатний передбачати перебіг ситуативних подій та ймовірні мовленнєві дії свого співрозмовника.

Ключовим критерієм комунікативної поведінки успішного провокатора є спрямування на досягнення комунікативної мети, тобто результату спілкування, і саме це зумовлює та визначає його мовленнєву діяльність та поведінку в конкретних ситуаціях спілкування. Відповідно, поведінка ідеального адресанта-провокатора буде змінюватись залежно від типу комунікативної ситуації, адже завжди однаково провокатор діяти не може.

У кооперативних ситуаціях спілкування для досягнення мети дієвими будуть одні методи та шляхи спілкування, у конфліктних – інші комунікативні дії, для конфліктно-кооперативних властивим є поєднання обох, що призводить до подолання дисгармонії задля досягнення співробітництва та кооперації спілкування. Отже, успішний провокатор у кооперативних ситуаціях спілкування орієнтується на співрозмовника, виявляє партнерське ставлення до комунікативного партнера, гнучкість мовленнєвої поведінки, вибір гармонійних засобів впливу, кооперативних стратегій і тактик спілкування. Для кооперативних ситуацій характерним є дотримання конвенційних правил та комунікативних норм, проте, навіть незначні відхилення від цих правил та норм провокатор намагається адаптувати до умов комунікативної ситуації.

Комунікативна поведінка провокатора в кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення відрізняється ввічливістю та делікатністю. Інформація отримується за допомогою натяку, аргументування, підлабужництва, лестощів, налагодження дружніх міжособистісних стосунків. Для досягнення успіху важливим є створення емоційно-позитивної

атмосфери спілкування, формування партнерського стилю, дотримання принципу співробітництва, який передбачає делікатний вплив на реципієнта.

У конфліктних ситуаціях провокаційного спілкування провокатор обирає некооперативні засоби впливу (маніпуляція, фальсифікація, обман, шантаж, хитрість). У результаті нехтування принципами спілкування та комунікативними нормами порушується комунікативна рівновага та баланс міжособистісної взаємодії. Усе це викликає негативну реакцію з боку реципієнта, проте для успішного провокатора це не стоїть на заваді досягнення комунікативної мети. Успішний провокатор уміло використовує конфлікт та некооперативні засоби впливу на свою користь, так щоб комунікація не завершилась невдачею чи комунікативним провалом, а, навпаки, кінцевим її результатом виявилась би успішна реалізація комунікативного наміру.

У конфліктно-кооперативних комунікативних ситуаціях ключову роль відіграє здатність провокатора пристосовуватися до мінливих умов спілкування, регулювати мовленнєвий процес та вербальні реакції комунікативного партнера, тобто реципієнта тощо. У конфліктно-кооперативній взаємодії ідеальному провокатору властива толерантність, регулятивність, прагнення модифікувати мовленнєві дії співрозмовника, комунікативна адаптивність, здатність до гнучкого реагування на обставини, що змінюються у процесі спілкування, до коригування комунікативної поведінки реципієнта та власної комунікативної поведінки, але без втрати особистісних інтересів та намірів.

Для реалізації ефективного провокаційного спілкування стрижневим є поняття стилю спілкування провокатора, тобто “домінуючої манери спілкування, що проявляється в більшості комунікативних ситуацій” [156, с. 97]. На нашу думку, стиль спілкування диктується обраною мовленнєвою стратегією, умовами інтеракції, вмінням провокатора орієнтуватись в обставинах комунікативної ситуації.

Ключовою складовою мовлення провокатора є тональність, а саме емоційна організація повідомлення, оскільки будь-який комунікативний акт провокаційного мовлення охоплює не лише інформативне вираження, а й емотивне забарвлення мовної взаємодії, тобто обмін емоціями, збудження в адресата певних переживань, психічних станів тощо.

Перцепція емоційного стану реципієнта, тобто здатність сприймати і розпізнавати емоційну налаштованість свого співрозмовника, є показником емоційного інтелекту провокатора, тобто здатності визначати емоції за фізичним станом і думками, зовнішнім виглядом та поведінкою реципієнта; вміння розпізнавати зв'язок або різницю між словами та емоційним настроєм співрозмовника, а також розуміння того, як слід оперувати емоціями залежно від їх інформативності й користі для досягнення власних комунікативних намірів. Для досягнення бажаного перлокутивного ефекту провокатор має здійснити вплив не лише на розум адресата, але й на його емоційну сферу, тобто на емоційні переживання та почуття. Ефективний вплив на емоційну сферу реципієнта проявляється у передбаченні провокатором його ймовірних емоційних реакцій, побудові своєї поведінки таким чином, щоб викликати очікувану та необхідну для провокатора реакцію, налаштуванні емоційного зв'язку і можливому перелаштуванні власної поведінки при зміні емоційного настрою та, відповідно, мовленнєвих дій адресата.

Індивідуальні якості та характеристики мовної особистості успішного провокатора суттєво впливають на ефективність та результативність інтеракції. Наприклад, прямолінійність, психологічна стійкість, активність, наполегливість, непохитність у досягненні комунікативних намірів, орієнтація на досягнення власних інтересів сприяють швидшій ефективності провокації. Зауважимо, що імпульсивність, ігнорування інтересів реципієнта, конфліктність, агресивність дещо ускладнюють інтеракцію, проте і така мовна поведінка є успішною для провокаційного спілкування (стосується здебільшого конфліктних ситуацій спілкування), оскільки йде на користь досягненню комунікативної мети та намірів провокатора.

Ефектний провокатор – це домінантна мовна особистість, яка в спілкуванні проявляє ініціативу та рішучість. Метою його іллокутивних намірів є бажання вплинути на реципієнта та схилити його до бажаних йому (провокатору) мовленнєвих дій. Успішному провокатору притаманна така комунікативна якість, як мобільність, пов'язана із пластичністю. Особливо ефективною вона є у конфліктно-кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення, коли необхідно пристосовуватися та адаптуватися під час мінливої інтеракції. Мобільна мовна особистість провокатора здатна легко і швидко змінювати стратегію спілкування та мовленнєві засоби її реалізації залежно від ситуації спілкування, емоційного стану реципієнта, умов комунікації тощо.

Розглянемо приклад провокаційного мовлення, що зображає успішного провокатора:

*[Burch House] Mrs. Burch: Samantha did not run away. Whatever you may have been told. Gillian: It's something we have to consider, Mrs. Burch. (Cal's phone is calling. It's his daughter) Cal: Sorry, sorry. Oh, I gotta take this. Yeah, um, it's my daughter. Just a sec. (on the phone) Hello? Absolutely not. 'Cause I said so. No, I said absolutely not. (aggressively) Don't be such a bitch! Shut up! Stop it! (To Gillian) How'd we do? Gillian: Sympathy, then horror. Cal: Oh, good. (on the phone, now in a nice manner) Yeah, thanks, love. No, it was fine. It was good, very good. Well, depends when I finish. All right, yeah, I love you. I love you, too. Yeah. Okay, bye. Mr. Burch: (aggressively, in a rude form) So, what the hell was that? Cal: Well, I'm not an abusive parent. Gillian: And it doesn't look like you are either. Mr. Burch: You think this is some kind of game? You think we abused our daughter? Mrs. Burch: Brian. Gillian: I'm sorry, Mr. Burch, but we had to tell it out. Mr. Burch: This is how you people treat your clients? I mean, this is a good family. This is a happy family! Mrs. Burch: Samantha and I were very close. Cal: You know what, I think you're telling the truth. I do. But you, on the other hand, there's something you're not saying. Mr. Burch: No, she's saying everything. Gillian: It's all right, Mrs. Burch. You can tell us. Mrs. Burch: (to Brian) You never*

*saw what she was like when she was alone with me, Brian. A few weeks before Samantha disappeared she threw one of her tantrums. And I tried to hold her. I tried, but she was so strong. And she... she pushed me away. I don't know... I don't know how this happened. Gillian: Go on. Mrs. Burch: She fell into the stove and her shirt touched one of the burners. And it caught on fire and it burned her back. It was an accident. Samantha felt guilty about it and I was... I was so ashamed. So, we didn't tell you, and I went to the hospital alone. It was an accident. I'm so sorry, Brian. I'm so sorry, Brian. But it wasn't... it wasn't my fault. (Brian stands up and leaves the room) It's not my fault that she's gone. It's not my fault. Gillian: (sits near Mrs. Burch and takes her hand) It's okay. It's okay. Sometimes adopted kids have trouble connecting. Thousands of mothers go through it. It's nothing to be ashamed of. Okay?] [11].*

У наведеній конфліктній ситуації інституційного дискурсу мова йде про зникнення дівчинки Саманти. Під підозрою опинились навіть її батьки, містер і місіс Берч, оскільки дівчинка була прийомною дитиною і могла з певних причин сама втекти з дому. Для того, щоб визначити причетність чи непричетність батьків до її зникнення, провокатор (Кел) вдається до стратегії маніпулювання, яка в даній ситуації спілкування виявляється досить ефективною. Успіх провокації забезпечує компетентність провокатора, його заздалегідь продуманий стратегічний план мовленнєвої поведінки та вдалий психо-емоційний вплив на реципієнта. Намагаючись свідомо спровокувати батьків, він заздалегідь просить власну дочку зателефонувати йому під час розмови із містером і місіс Берч і говорить із нею у неприйнятній для нього формі лише для того, щоб перевірити реакцію батьків на такий стиль спілкування із власною дитиною, адже батьки зниклої Саманти могли також образити її, що і пояснило б причину її зникнення. Адресант-провокатор будує свою емоційну та мовленнєву поведінку таким чином, щоб викликати потрібну реакцію адресата. Як видно, емоційне налаштування провокатора, що є частиною стратегічного задуму, досить агресивне, хоча і показове (Absolutely not. 'Cause I said so. No, I said absolutely not. (aggressively) Don't be

such a bitch! Shut up! Stop it!). Тактика штучної агресії вербалізується відповідно у лексиці з негативним забарвленням, повторним вживанням заперечень (no, not), прислівниками емоційного підсилення (absolutely), наказовими реченнями із вживанням грубих слів та виразів (Shut up!), вульгаризмів (Don't be such a bitch!), що знаходяться поза нормами літературної мови. У заздалегідь спланованій телефонній розмові із дочкою домінуючими є негативні емоції, викликані начебто її неслухняністю і непокірністю. Гнів, почуття обурення, стан нервового збудження, роздратування виражаються акустичними та оптичними невербальними засобами, а саме гучним криком, і супроводжується агресивним налаштуванням провокатора, що проявляється також у міміці та пластиці (брови напружені, зведені, між бровами вертикальні складки, рухи різкі). Штучна агресивна поведінка адресанта-провокаatora викликала і відповідну реакцію з боку реципієнта.

Побічним проявом стратегії маніпулювання є порушення конструктивного кооперативного спілкування, ситуація стає емоційно напруженою і зміщує мовленнєву взаємодію у бік конфлікту. Реципієнт зі свого боку займає активну позицію у мовній взаємодії, оскільки намагається досягти своєї комунікативної мети – довести свою непричетність до зникнення доньки, тому обирає стратегію самооборони. Адресат, що перебуває в емоційно нестабільному стані через хвилювання за зниклу доньку і “емоційну перевірку” провокатора реагує на ситуацію у грубій формі. Основною емоцією реципієнта є обурення, тобто хвиля енергії, що виражає активне незадоволення, своєрідний емоційний протест і мовно виражається у вербально агресивній формі. Відповідно, реципієнт вдається до тактики нападу, що проявляється у використанні загальних запитань (So, what the hell was that? You think this is some kind of game? You think we abused our daughter? This is how you people treat your clients?), у даному випадку не стільки для того, щоб дізнатись певну інформацію, скільки для відстоювання своєї позиції мовцем і надання висловлюванню емоційного забарвлення, а

також тактики захисту, що реалізується простими стверджувальними окличними реченнями (I mean, this is a good family. This is a happy family!). Емоція обурення також виражається через підвищений тон мовлення, певні рухи (Brian stands up and leaves the room). Відбувається порушення принципів кооперативного спілкування, провокатор порушує максимум принципів Ввічливості та принципу Кооперації, проте це є частиною наперед спланованого стратегічного задуму.

Зауважимо, що зрештою за рахунок вдалого впливу на емоції та психологічний стан своїх співрозмовників, заздалегідь продуманого стратегічного плану дій, навіть у межах конфлікту, та застосовуючи некооперативні засоби впливу, провокатор досяг перлокутивного ефекту і реалізував свою комунікативну мету, хоча і таким агресивним способом. Намагаючись передбачити хід комунікації та прогнозуючи етапи спілкування, він спланував усе таким чином, щоб кінцевий результат задовольнив його і він отримав потрібну інформацію, тобто провокація завершилась успіхом.

Мовний портрет неуспішного провокатора набуває всіх протилежних рис мовному портрету ефективного (успішного) провокатора. Отже, неуспішний провокатор – це комунікант, який у результаті комунікативної діяльності не досягає ефективності спілкування і не реалізовує комунікативну мету. До порушення ефективності та успішності комунікації призводить ряд помилок, яких зазнає неуспішний провокатор. У першу чергу, це стосується недостатнього рівня комунікативної компетенції, досвідченості, браку вмінь та навичок ведення ефективною комунікації і в результаті застосування неефективних засобів впливу, що призводить до безрезультатності міжособистісної інтеракції. Неуспішний провокатор неправильно обирає стратегічну лінію мовленнєвої поведінки, що надалі стало причиною невдалої мотивації реципієнта до мовленнєвих дій. Помилковістю мовленнєвої поведінки неуспішного провокатора є неврахування фактору адресата, недооцінка його комунікативних здібностей,

неправильний вплив на психологічно-емоційний стан реципієнта, що викликає негатив і небажання з боку адресата надавати інформацію. Неправильно обрана тональність спілкування, прагнення будувати комунікацію за власним сценарієм, не враховуючи інтереси мовленнєвого партнера, порушення принципів Кооперації та Ввічливості створює комунікативний дисбаланс та викликає таку реакцію в адресата, яка повністю відповідає поведінці та стилю спілкування провокатора: підвищується підозрюваність, бажання припинити комунікацію та не надавати інформацію. Неуспішний провокатор – це ригідний та недомінантний комунікант, якому бракує рішучості та наполегливості, щоб вплинути на реципієнта бажаним чином та демонструє неспроможність контролювати процес міжособистісної взаємодії, орієнтуватись у мінливих обставинах ситуації спілкування та миттєво переключатись з одних тактик на інші, передбачити мовленнєві чи емоційні реакції реципієнта тощо.

Розглянемо риси мовного портрету неуспішного провокатора:

*[TY: (deliberately pushes Valentina and spills her coffee) Oh! I am really sorry! VALENTINA: That's okay. TY: Let me buy you another cup. (to the waitress) Miss, when you have a second? VALENTINA: You don't have to do that. It's no big deal. TY: Hey! Aren't you Valentina... Ethan's girlfriend? VALENTINA: Do I know you? TY: I go to school with him. He's always talking about you. He even has a picture of you in his locker. VALENTINA: (Chuckles) Oh. TY: You know... Everybody at school is saying the cops are looking for him. Was he really part of that robbery ring? VALENTINA: I don't want to talk about it. TY: Oh, come on. He must have said something. You can trust me. I won't tell anyone. VALENTINA: Forget about the coffee. I have to be somewhere. (getting ready to go) TY: Geez, I'm just worried about him. That's all. I hope you're not gonna say anything to the cops. VALENTINA: (wondering) E-excuse me? TY: He could go to jail, along with those other guys. You'd ruin a lot of people's lives. VALENTINA: Since you asked, I already told the police everything I know. TY: You did? VALENTINA: I'm sorry. I*

*didn't catch your name. TY: (stands up and leaves) Forget it. Sorry to bother you]* [5].

Наведена ситуація є прикладом конфліктно-кооперативної провокації побутового дискурсу. Розмова відбувається між Таєм (провокатором), який намагається дізнатись інформацію, якою володіє Валентина (реципієнт), а саме про її хлопця Ітана, який також є другом Тая. Ітан і Тай були учасниками банди, яка скоїла низку пограбувань. Напередодні, під час одного з пограбувань Ітана було поранено, його особу встановила поліція і тепер він змушений переховуватись. Тай як співучасник переймається своєю подальшою долею і намагається дізнатись інформацію, що відома правоохоронним органам. Щоб реалізувати свою мету, провокатор застосовує регулятивно-спонукальну стратегію, поступовими кроками втілення якої є наступні тактики:

— тактика апелювання до емоцій реципієнта: *He's always talking about you. He even has a picture of you in his locker.* Провокатор намагається перш за все вплинути на почуття та емоції, сформувати емоційно-позитивний настрій у реципієнта, створити приємний для нього фон перебігу провокації;

— тактика навіювання довіри: *You can trust me. I won't tell anyone ... I'm just worried about him.* Провокатор намагається внушити реципієнту своє щире занепокоєння, у такий спосіб психологічно вплинути на адресата;

— тактика вивідування, виражена непрямим мовленнєвим актом (*I hope you're not gonna say anything to the cops*) і спрямована на виявлення істинної інформації, яку можливо передала Валентина поліції;

— тактика викликання милосердя: *He could go to jail, along with those other guys. You'd ruin a lot of people's lives.* Провокатор намагається викликати співчутливе ставлення у реципієнта.

Попри все, реципієнт виражає лише настороженість і недовіру. Оскільки провокатор є незнайомою людиною, реципієнт не бажає надавати йому інформацію, тому свої мовленнєві дії базує на стратегії саботажу:

— тактика ухиляння від відповіді (I don't want to talk about it ... Forget about the coffee. I have to be somewhere), що свідчить про небажання реципієнта продовжувати розмову. Крім того, реципієнт підводиться і намагається покинути місце комунікативної ситуації;

— тактика обману: Since you asked, I already told the police everything I know. Мовленнєва поведінка провокатора викликає обурення у реципієнта і він у категоричній формі надає неправдиву інформацію для того, щоб звільнитись від набридливого співрозмовника.

У цій ситуації провокатору бракує комунікативної компетентності та життєвого досвіду, щоб забезпечити ефективне спілкування. Адресант-провокатор виявився неуспішним комунікантом, оскільки він отримав недостовірну інформацію. Його хибний тактико-стратегічний план, неврахування позиції реципієнта та його здатності керувати механізмами міжособистісної взаємодії, незадовільний вплив на емоційну сферу адресата, непереконлива тональність розмови, незграбна поведінка викликає у реципієнта лише підозру і небажання продовжувати спілкування. Натомість, реципієнт проявив себе як успішний учасник комунікативного процесу, оскільки зумів перехитрити провокатора і не піддатись на провокацію.

Отже, мовний портрет провокатора – це репертуар навичок та якостей комуніканта, що визначають його стиль спілкування та комунікативну поведінку в рамках комунікативної ситуації. Успішний провокатор – це сильна комунікативна особистість, здатна за допомогою своїх мовленнєвих дій, спланованої мовленнєвої поведінки досягати бажаного результату спілкування. Вся його розумово-мовленнєва діяльність спрямована на досягнення комунікативної мети. Успішний провокатор – це досвідчений комунікант, який володіє високою мовно-комунікативною компетенцією, здатністю ефективно застосовувати вербальні та невербальні засоби впливу, стратегії спілкування, принципи комунікації, тонко впливати на емоційний стан реципієнта, правильно обирати тональність і стиль спілкування, що відповідають обставинам та типу комунікативної ситуації і, таким чином,

сприяють досягненню перлокутивного ефекту. Неуспішний провокатор – це слабка мовна особистість, яка не реалізує запланований результат, на який скерована комунікативна діяльність. Показником невдалої комунікації провокатора є його низький рівень комунікативної компетентності, що позначається на ускладненні в реалізації комунікативної (низький потенціал комунікативного впливу, непродуманість тактико-стратегічної лінії комунікативної поведінки), емоційної (домінування егоцентричної направленості комунікації, неадекватність сприйняття емоційного стану реципієнта, непередбачення його ймовірних мовленнєвих та емоційних реакцій), інтерактивної (ігнорування інтересів реципієнта) та перцептивної (нерівноцінне сприйняття партнера по комунікації, недооцінка його комунікативної компетентності та інтелектуальних здібностей) складових спілкування або ж взагалі призводить до комунікативної невдачі.

### **Висновки до третього розділу**

Побутовий дискурс – це багатогранний процес міжособистісної комунікації, який відбувається повсякчас і обслуговує побутову сферу спілкування, тому дослідження провокаційного мовлення в межах особистісно-орієнтованого спілкування постає актуальним. Комунікативні ситуації побутового дискурсу характеризуються, в першу чергу, скороченням соціальної дистанції між комунікантами, а соціальний статус відіграє менш значну роль порівняно з інституційним дискурсом. Важливе значення для реалізації провокації в ситуаціях побутового дискурсу, на відміну від інституційного дискурсу, має персональність спілкування, яка проявляється в тому, що провокатору відомі інтереси реципієнта, його особистісні характеристики, особливості психологічного та емоційного стану, інформація про його недоліки та слабкості, що дає можливість краще спланувати комунікативний процес для отримання інформації.

З огляду на особливості особистісних стосунків між провокатором та реципієнтом та орієнтацію інтеракції на конфлікт чи кооперацію в континуумі комунікативних ситуацій побутового дискурсу можна виділити конфліктні, кооперативні та конфліктно-кооперативні ситуації спілкування. Аналіз мовного матеріалу дає змогу стверджувати, що провокація в межах побутового дискурсу значно ефективніше реалізується в кооперативних ситуаціях. Це пояснюється специфікою побутового дискурсу, оскільки спілкування відбувається між більш чи менш знайомими людьми, що дозволяє застосувати правильний підхід та ефективний мовленнєвий вплив для реалізації перлокутивного ефекту.

У процесі конфліктних ситуацій провокаційного мовлення відбуваються розбіжності в інтересах, мотивах та комунікативних намірах комунікантів. Провокатор використовує позицію проти комунікативного партнера, застосовує некооперативні прийоми впливу, зокрема шантаж, викриття, хитрощі, порушує принципи Ввічливості та Кооперації, поводить, як конфліктна мовна особистість, оскільки явно домінує в процесі спілкування.

Стратегічним наміром провокатора, у рамках кооперативного спілкування, є не лише реалізація прагматичної мети, а, в першу чергу, встановлення симетричного зв'язку з реципієнтом, злагодженості у спілкуванні. Провокатор демонструє спрямованість на реципієнта, не забуваючи при цьому про власні інтереси. Під час інтеракції провокатор постає як кооперативний тип мовної особистості, дотримується принципів кооперативного спілкування, хоча й трапляються незначні відхилення, які не ускладнюють комунікативний акт, застосовує кооперативні стратегії (натяку, відвертої розмови, підлабузництва), ввічливо ставиться до свого співрозмовника, є невимушеність спілкування. Партнерський стиль сприяє гармонізації комунікативної взаємодії, проте така поведінка є вдаваною задля досягнення комунікативної мети.

Для досягнення комунікативної мети в конфліктно-кооперативних ситуаціях провокаційного спілкування побутового дискурсу провокатору слід,

насамперед, гармонізувати інтерактивний процес, спланувати свою мовленнєву діяльність таким чином, щоб уникнути конфлікту і створити такі умови, за яких реципієнт надавав би інформацію. Провокатор постає центрованою мовною особистістю, оскільки прагне досягти перлокутивного ефекту не завдяки агресивному ставленню до співрозмовника, а, навпаки, тяжіє до зниження негативної спрямованості комунікації, хоча налаштованість розмови має егоцентричний характер.

Актомовленнєвий аналіз показав, що в ситуаціях провокаційного мовлення в побутовому дискурсі домінують інтерогативи, оскільки пов'язані із запитом інформації; декларативи, що націлені на маніпуляцію реципієнтом (стратегія шантажу) та активізацію його до вербальних дій; директиви, іллокутивна мета яких полягає у тому, щоб за допомогою висловлювання стимулювати мовленнєвий процес надавання інформації, а також непрямі мовленнєві акти (особливо стратегія натяку).

Серед невербальних засобів, що доповнюють вербальні дії, переважають оптичні та акустичні. Зауважимо, що кооперативні та конфліктно-кооперативні ситуації побутового дискурсу супроводжуються використанням переважно оптичних невербальних засобів, що включають міміку, жести, погляд, відстань між співрозмовниками тощо і сприяють гармонійній реалізації провокаційного мовлення. Натомість, у конфліктних ситуаціях побутового дискурсу зафіксовані переважно акустичні засоби, що є характерним для некооперативного перебігу інтеракції, адже для реалізації конфліктної провокації адресанту доводиться підвищити тон, застосувати негативну манеру спілкування тощо.

Причини комунікативних невдач у побутовому дискурсі полягають у недостатньому рівні знайомства комунікантів, особистісній антипатії провокатора стосовно реципієнта, що викликає ворожу тональність спілкування, в результаті чого – недосягнення перлокутивного ефекту, неправильний стратегічний задум, порушення принципів спілкування тощо.

Характеристика мовної поведінки провокатора в різних типах дискурсу (інституційному та побутовому) дала змогу створити мовний портрет ідеального (успішного) та неуспішного провокатора. Отже, ідеальний провокатор – це високо компетентний комунікант, який за будь-яких умов та обставин реалізує комунікативну мету. У свідомості провокатора з високим рівнем мовної компетентності існує декілька різних за складністю моделей мовного відображення повідомлення, що дає змогу йому розуміти й формувати повідомлення будь-якої складності без великих ментальних зусиль, відповідно до комунікативної ситуації та до рівня мовних знань співрозмовника, тобто урізноманітнювати свою мовленнєву діяльність. Висока комунікативна компетентність дає можливість провокатору бути ефективним комунікантом у будь-якому контексті спілкування, тобто застосовувати ефективні мовленнєві стратегії і тактики, обирати відповідну тональність та стиль спілкування, дотримуватись чи порушувати принципи спілкування, результативно впливати на емоційну сферу реципієнта тощо. З огляду на стилі спілкування, успішний провокатор постає як гнучка мовна особистість, оскільки він здатен контролювати комунікативний процес, швидко орієнтуватись в обставинах спілкування, передбачати мовленнєві та емоційні реакції реципієнта тощо.

Відповідно, неуспішний провокатор – це комунікант, який не досягає перлокутивного ефекту комунікації. Результатом дій хибного провокатора є збій у спілкуванні або комунікативна невдача. Причинами безуспішного та неефективного спілкування є недостатній комунікативний досвід, непродуманий стратегічний задум комунікації, невдало спланований хід вербальних та невербальних дій, недотримання правил, максим, конвенцій комунікативного кодексу, ігнорування фактору реципієнта, який може виявитись як необізнаним, так і просто не бажати надавати інформацію, та ще й перехитрити провокатора.

Основні наукові результати розділу опубліковано в працях [112; 114; 115; 117].

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Запропонована дисертаційна робота присвячена всебічному вивченню провокаційного мовлення, яке розглядається як мисленнєво-мовленнєва дія людини, стратегія мовленнєвого впливу, що реалізується у різних типах дискурсу за допомогою вербальних та невербальних засобів з урахуванням позалінгвальних чинників.

Результати нашого дослідження свідчать, що провокаційне мовлення як тип розумово-мовленнєвої діяльності людини, обумовлено мотивом та метою, відповідно до яких будується процес спілкування. Провокаційне мовлення можна оцінити за критерієм його ефективності чи неефективності, тобто досягнення чи недосягнення провокатором поставленої мети.

Провокація має стратегічний характер, оскільки вимагає прогнозування мовленнєвих дій для забезпечення успішної комунікації. Основне завдання провокатора полягає в його вмінні оцінити ситуацію загалом, адекватному виборі оптимальної мовленнєвої поведінки, мовленнєвих стратегій і тактик, а також вербальних та невербальних засобів їх реалізації в конкретній комунікативній ситуації для забезпечення ефективності спілкування. Крім того, на перебіг комунікативної ситуації провокаційного мовлення мають вплив й інші чинники, а саме: тип мовної особистості провокатора, дотримання чи порушення комунікативного кодексу спілкування; наявність додаткової інформації про співрозмовника; атмосфера, тональність та стиль спілкування, фактор реципієнта, який також формує свою мовленнєву діяльність згідно зі своїми комунікативними мотивами і намірами.

Дослідження провокаційного мовлення в межах інституційного та побутового дискурсів дало можливість виділити спільні та відмінні риси реалізації провокації в цих типах дискурсу. Елементи методу кількісних підрахунків, які були застосовані в даному дослідженні, дали змогу стверджувати, що провокаційне мовлення є більш представленим в інституційному дискурсі (58%), аніж у побутовому (42%). Зауважимо, що тип

дискурсу безумовно впливає на мовленнєву поведінку провокатора, проте вирішальну роль у реалізації провокації відіграє стратегічний задум та обраний згідно з ним вектор спрямування інтеракції на конфлікт чи кооперацію. Аналіз мовного матеріалу провокаційного мовлення дозволив поділити комунікативні ситуації провокації як інституційного, так і побутового дискурсів на конфліктні, кооперативні та конфліктно-кооперативні.

Для конфліктних ситуацій провокаційного мовлення спільним і характерним є: дисгармонія спілкування, порушення комунікативної рівноваги, активний вплив на реципієнта, відкрите домінування над комунікативним партнером, переважає ворожа манера спілкування, що викликає настороженість реципієнта по відношенню до провокатора, відбуваються порушення принципів Кооперації та Ввічливості. Конфліктні ситуації провокаційного спілкування вимагають застосування відповідних конфронтаційних мовленнєвих стратегій. Застосування конфлікту можна назвати раціональним та цілеспрямованим, оскільки така поведінка провокатора передбачає планування дій, уміння оцінювати ситуацію, здійснювати самоконтроль та контролювати мовленнєву поведінку реципієнта. Конфлікт постає, як засіб досягнення мети провокатора. Відмінною рисою конфліктних ситуацій інституційного дискурсу (31%) як статусно-орієнтованого спілкування є ієрархія соціальних статусів, на відміну від побутового дискурсу. Статус провокатора є, як правило, вищим, тому ця перевага застосовується ним як засіб досягнення комунікативної мети і є причиною того, що провокація в інституційному дискурсі частіше реалізується саме в конфліктних ситуаціях, зокрема це відображається у різноманітні мовленнєвих стратегій, які використовує провокатор, а саме мовленнєвого тиску, маніпуляції, блефування, погрози, які викликають негативну реакцію об'єкта провокаційного впливу. Конфліктні ситуації менш представлені у побутовому дискурсі (10%). Зауважимо, що побутовий дискурс як тип персонального спілкування передбачає певну близькість між

комунікантами, а тому дає можливість провокатору застосовувати наявну інформацію про реципієнта, щоб обрати ефективну модель конфронтаційного впливу (стратегія шантажу та викриття).

У кооперативних ситуаціях провокатор, як правило, досягає комунікативної мети за умов збереження балансу міжособистісних стосунків. Успішну провокацію забезпечують такі чинники: дружні міжособистісні стосунки, дотримання принципів Ввічливості та Кооперації, партнерський стиль спілкування, сприятливий мікроклімат, атмосфера взаєморозуміння, оптимальний вибір кооперативних стратегій. Особливістю побутового дискурсу як особистісно-орієнтованого спілкування є те, що співрозмовники більшою чи меншою мірою знайомі. Це дає змогу провокатору врахувати особливості особистості реципієнта і знайти вдалий підхід для досягнення перлокутивного ефекту. Отже, провокація в побутовому дискурсі значно ефективніше реалізується саме в кооперативних ситуаціях (26%), оскільки провокатору не доводиться тиснути на реципієнта пріоритетністю свого статусу та соціальної ролі, натомість, він може знайти більш гармонійний спосіб впливу (стратегія натяку, відвертої розмови, підлабузництва) за рахунок додаткової інформації про співрозмовника. Зауважимо, що кооперативність з боку адресанта-провокатора має дещо вдаваний характер, оскільки власні комунікативні інтенції та наміри є пріоритетними. Кооперативний стиль сприяє ефективності їх реалізації та досягненню перлокутивного ефекту. У кооперативних ситуаціях інституційного дискурсу (19%) провокатор для збереження гармонійного перебігу комунікації намагається не акцентувати увагу на своїй соціальній ролі й статусі та планувати мовленнєву діяльність на безконфліктній основі (стратегії аргументації, отримання інформації, догодження).

Конфліктно-кооперативні ситуації провокаційного мовлення інституційного та побутового дискурсів будуються на принципі регуляції. У межах конфліктно-кооперативного спілкування спостерігається як дотримання принципів Кооперації та Ввічливості, так і нехтування ними, використання

провокатором свого соціального статусу і не акцентування на ньому. Застосування регулятивної та регулятивно-спонукальної стратегій сприяє подоланню комунікативних перешкод. Для провокатора важливо швидко орієнтуватися та пристосовуватися до обставин комунікативної ситуації, балансувати мінливий процес міжособистісної взаємодії, вчасно реагувати, щоб перевести розмову з конфлікту на кооперацію з метою досягнення комунікативної мети. Конфліктно-кооперативні ситуації майже однаково застосовуються і в інституційному (8%), і в побутовому дискурсах (6%).

Актомовленнєвий аналіз комунікативних ситуацій провокаційного мовлення дозволив виділити мовленнєві акти, які є типовими для комунікативних ситуацій провокації інституційного та побутового дискурсів. Найбільш репрезентативними є інтерогативи, що спонукають реципієнта до надання бажаної інформації, та асертиви (репрезентативи) – для ствердження інформації, на яку відповідно реагує реципієнт, а також застосовуються директиви, що мають імперативну спрямованість. Провокація може виражатись як прямими, так і непрямыми мовленнєвими актами, наприклад, для реалізації стратегії натяку, коли імпліцитний смисл повідомлення спонукає реципієнта до вербальної реакції.

Провокація реалізується в сучасному англomовному дискурсі за допомогою вербальних та невербальних маркерів. Оскільки провокація співвідноситься із випитуванням інформації, то питальні речення є ключовими для провокаційного мовлення. Крім того, запит інформації може бути виражений і за допомогою стверджувальних речень. Отже, маркерами провокації є синтаксичні конструкції, що виконують спонукальну функцію, а саме всі види запитань, які передбачають відповідь на них, отже, передачу бажаної інформації, а також стверджувальні розповідні речення, що змушують реципієнта доповнювати, обґрунтовувати інформацію (стратегія аргументації, отримання інформації, догодження, натяку, підлабузництва, шантажу, регулятивна та регулятивно-спонукальна стратегії) чи реагувати на

неправдиве повідомлення (стратегія блефування) або на вербальну погрозу (стратегія погрози).

Серед невербальних засобів переважають акустичні (тон і манера спілкування) та оптичні, а саме проксемічні (порушення міжособистісної дистанції), кінесичні сигнали (міміка, контакт очима, жести), які супроводжують вербальні дії адресанта-провокатора, доповнюють його повідомлення і сприяють ефективній реалізації провокації в процесі спілкування.

Тип мовної особистості провокатора і реципієнта впливає на формування та динаміку розгортання комунікативних ситуацій провокаційного мовлення. Аналіз мовного матеріалу дозволив нам виділити такі типи мовних особистостей учасників провокаційного мовлення: конфліктний, гармонійний та центрований. Такий розподіл цілком відповідає категоризації комунікативних ситуацій (конфліктні, кооперативні, конфліктно-кооперативні), які розглядаються в даному дослідженні.

Зауважимо, що провокатор як вправний маніпулятор пріоритетними вважає власні наміри, а манера, стиль спілкування, тип мовленнєвої поведінки є лише засобами їх досягнення. Конфліктний провокатор демонструє направленість на себе і водночас проти партнера по комунікації. Йому притаманне домінування у спілкуванні, приниження комунікативної та соціальної ролі реципієнта, порушення принципів Кооперації та Ввічливості, оскільки простежується відкрите негативне ставлення до реципієнта. Навпаки, мовленнєва поведінка кооперативного (гармонійного) провокатора характеризується направленістю на реципієнта, хоча він не забуває і про власні інтереси. В інтеракції провокатор дотримується принципів кооперативного спілкування, хоча й трапляються незначні відхилення, які не ускладнюють комунікативний процес. Переважає позитивна налаштованість спілкування, партнерський стиль, що сприяють гармонізації комунікативної взаємодії, проте така поведінка є вдаваною з боку адресанта задля досягнення результативності комунікації.

Центрований провокатор, відповідно до визначення, постає центром комунікативного акту, проявляє наполегливість у досягненні комунікативної мети. Інтереси реципієнта ігноруються, хоча й не відверто. Це також є стратегічним задумом центрованого провокатора. Дотримання принципів Кооперації та Ввічливості, партнерський стиль розмови, дружня тональність спілкування сприяють позитивному налаштуванню співрозмовника та зниженню конфліктних проявів у комунікативному процесі.

Аналіз мовного матеріалу дав змогу описати мовний портрет ідеального (успішного) та неуспішного провокатора. Ідеальний провокатор – це висококомпетентний комунікант, умілий маніпулятор та стратег, який за будь-яких умов та обставин реалізує комунікативну мету. Висока комунікативна компетентність дає можливість провокатору бути ефективним комунікантом у будь-якому контексті спілкування, тобто застосовувати ефективні мовленнєві стратегії і тактики, обирати відповідну тональність і стиль спілкування, дотримуватись чи свідомо порушувати принципи спілкування, результативно впливати на емоційну сферу реципієнта тощо. І навпаки, неуспішний провокатор – це комунікант, який не досягає ефективності спілкування і не реалізує свою комунікативну мету. Неуспішний провокатор не завжди може спрогнозувати результат та ефект своєї мовленнєвої діяльності, що в кінцевому результаті призводить до збою в спілкуванні або комунікативних невдач. Причинами комунікативних невдач провокаційного мовлення є такі: недостатній комунікативний досвід адресанта-провокатора, непродуманий стратегічний задум комунікації, недотримання принципів Кооперації та Ввічливості, недостатній рівень знайомства комунікантів, порушення тональності спілкування, ігнорування фактору реципієнта, який може виявитись як необізнаним співрозмовником, так і просто не бажати надавати інформацію та ще й спричинити ефект зворотної провокації тощо.

Опрацьований матеріал дозволяє виділити й основні мовленнєві стратегії реципієнта як рівноправного учасника спілкування, який у ситуації

провокаційного спілкування дотримується певної комунікативної поведінки, яка відповідає його тактико-стратегічному плану.

Для конфліктних комунікативних ситуацій провокаційного мовлення для реципієнта характерним є застосування таких стратегій: стратегії самооборони (тактика виправдовування, тактика заперечення, тактика образи, тактика узагальнення, пояснення) та стратегії саботажу (тактика відсторонення, тактика ігнорування, тактика ухиляння від відповіді). Проте, як засвідчує аналіз мовного матеріалу, вони є менш ефективними у порівнянні зі стратегіями провокатора, і застосування цих комунікативних стратегій не є вдалим, оскільки реципієнт демонструє себе як безуспішний комунікант, тому що піддається на провокацію з боку адресанта-провокатора. У таких комунікативних ситуаціях реципієнт постає як регідний комунікант, що зумовлено його недостатнім умінням аналізувати власну поведінку та поведінку провокатора, неадекватною самооцінкою, нестійкою позицією, тому не здатний протидіяти провокатору, що є ознакою низького рівня комунікативної компетентності. Щодо кооперативних та конфліктно-кооперативних ситуацій спілкування, у яких переважає партнерський стиль та здебільшого дотримуються принципи Кооперації та Ввічливості, то реципієнт переважно почувається безпечно та безтурботно, проявляє довіру до провокатора, легко йде на контакт, тому, відповідно, не намагається будувати свою мовленнєву діяльність згідно з принципом захисних стратегій, а невимушено надає потрібну провокатору інформацію.

Перспективою подальшого дослідження вважаємо вивчення провокації в інших типах дискурсу, а також опис провокаційного мовлення з урахуванням гендерного чинника.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Андреева В.Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / В.Ю. Андреева. – Курск, 2009. – 22 с.
2. Анцупов А.Я. Конфликтология: учебник для вузов / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 591 с.
3. Аристова Н.С. Коммуникативные стратегии высокой тональности общения (на материале английской художественной литературы XIX-XX вв.) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Н.С. Аристова. – Н. Новгород, 2007. – 14с.
4. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.
5. Арутюнова Н.Д. Истоки, проблемы и категории прагматики / Н.Д. Арутюнова, Е.В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Е.В. Падучевой. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – С. 21-38.
6. Афанасьев В.Г. Социальная информация и управление обществом / В.Г. Афанасьев. – М. : Политиздат, 1975. – 408 с.
7. Ахманова О.С. Прагматическая лингвистика, прагмалингвистика и лингвистическая прагматика / О.С. Ахманова, И.М. Магидова // Вопросы языкознания. – М., 1978. – № 3. – С. 43-48.
8. Баранов А.Н. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / А.Н. Баранов, П.Б. Паршин // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М., 1986. – С. 100-143.

9. Барташова О.А. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в ситуациях деловой коммуникации : [уч. пособие] / О.А. Барташова, С.Е. Полякова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 48 с.
10. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Флорій Сергійович Бацевич. – [2-ге вид., доп.]. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 376 с. – (Серія «Альма-матер»).
11. Белоус Н.А. Прагматическая неравноположенность в конфликтном дискурсе [Электронный ресурс] / Н.А. Белоус // Мир лингвистики и коммуникации : электронный научный журнал. – 2006. – № 4. – Режим доступа : [http://tverlingua.by.ru/archive/005/5\\_3\\_1.htm](http://tverlingua.by.ru/archive/005/5_3_1.htm)
12. Белоус Н.А. Прагматическая реализация коммуникативных стратегий в конфликтном дискурсе [Электронный ресурс] / Н.А. Белоус // Мир лингвистики и коммуникации : электронный научный журнал. – 2006. – № 4. – Режим доступа: [http://tverlingua.by.ru/archive/005/5\\_3\\_1.htm](http://tverlingua.by.ru/archive/005/5_3_1.htm)
13. Берн Э. Игры, в которые играют люди / Эрик Берн ; [пер. с англ. М. Будыниной, Е. Перцевой, В. Никандровой]. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 320 с. – (Серия «Психологическая коллекция»).
14. Берн Э. Люди, которые играют в игры / Эрик Берн ; [пер. с англ. М. Будыниной, Е. Перцевой, В. Никандровой]. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 576 с. – (Серия «Психологическая коллекция»).
15. Беспмятнова Г.Н. Языковая личность телевизионного ведущего : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Г.Н. Беспмятнова. – Воронеж, 1994. – 19 с.
16. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / Алла Дмитрівна Белова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць. – К. : Логос, 2004. – Вип. 10. – С. 11-16.
17. Белозьорова О.М. Дискурсивні властивості мовленнєвого акту натякання (на матеріалі сучасної німецької мови) : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.М. Белозьорова. – Х., 2007. – 20 с.

18. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей : [учебное пособие] / Марина Ростиславовна Битянова. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 576 с. – (Серия «Кафедра психологии»).
19. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия : [переводы / Сост. В.М. Сергеева, П.Б. Паршина; общ. ред. В.В. Петрова]. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88-125.
20. Бобошко Т.М. Оцінні реактивні висловлення: методологія дослідження / Т.М. Бобошко // Лінгвістика ХХІ століття. – 2014. – С. 40-45.
21. Бодрова А.А. Коммуникативные стратегии разрешения конфликта (на материале английского языка) / А.А. Бодрова, Н.В. Коробова // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск, 2011. – № 8 (223). – С. 15-18.
22. Бровкіна О.В. Стратегія конфліктування в англomовному родинному дискурсі з адресантно-адресатною конфігурацією "батьки-діти" / О.В. Бровкіна // Філологічні трактати. – 2014. – Т. 6 – № 3. – С. 23-28.
23. Василенко Н.В. Коммуникативная стратегия поощрения в русском речевом общении : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.02 “Русский язык” / Н.В. Василенко. – Киев, 2010. – 22 с.
24. Верещагин Е.М. Коммуникативные тактики как поле взаимодействия языка и культуры / Е.М. Верещагин // Русский язык и современность: Проблемы и перспективы развития русистики : Всесоюз. науч. конф., (Москва, 20-23 мая, 1991). – М., 1991. – Ч. 1. – С. 32-44.
25. Ворожейкин И.Е. Конфликтология : [учебник] / И.Е. Ворожейкин, А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров – М. : ИНФРА-М, 2004. – 240 с. – (Высшее образование).
26. Выгодский Л.С. Мышление и речь / Л.С. Выгодский. – [5-е изд. испр.]. – М. : Лабиринт, 1999. – 350 с.

27. Габидуллина А.Р. Основы теории речевой коммуникации : [учебное пособие] / А.Р. Габидуллина, Т.П. Андриенко, Н.В. Кузена. – Донецк : «Регион», 2000. – 196 с.
28. Гаврилова Е.С. Структура речевого воздействия / Гаврилова Е.С. // Вестник Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – № 87. – Ч. 1 – С. 145-148.
29. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация : [учебник] / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина; [под ред. проф. О. Я. Гойхмана]. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 272 с.
30. Голик С.В. Мовна особистість як об'єкт лінгвокультурологічних досліджень / С.В. Голик // Вісник Львівського університету. Серія : Іноземні мови. – Львів, 2013. – Вип. 21. – С. 258-264.
31. Голубовська І.О. Мовна особистість як лінгвокультурний феномен / І.О. Голубовська // Studia Linguistica. зб наук. пр. – К., 2008. – Вип. 1. – С. 25– 33.
32. Горелов И.Н. Основы психолінгвістики : [учеб. пособие] / И.Н. Горелов, К.Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 1997. – 224 с.
33. Горицька Ю.В. Міждисциплінарний характер категорії "мовна особистість" / Ю.В. Горицька // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Серія : Філологічна : зб. наук. пр. / Нац. ун-т "Острозька академія". – Острог, 2013. – Вип. 33. – С. 40-43.
34. Гришина Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2009. – 544 с. – (Серия «Мастера психологии»).
35. Гулакова И.И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык", 10.02.19 "Теория языка" / И.И. Гулакова. – Орел, 2004. – 19 с.

36. Гурочкина А.Г. Когнитивный и прагмасемантический аспекты функционирования языковых единиц в дискурсе / Гурочкина А.Г. – СПб. : Изд-во РГПУ, 2005. – 102 с.
37. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк ; [пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова; под ред. В.И. Герасимова]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
38. Дейк ван Т.А. Стратегии понимания связного текста / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка. – 1988. – Вып. 23. – С. 153–212.
39. Демьянков В.З. Конвенции, правила и стратегии общения: (Интерпретирующий подход к аргументации) / В.З. Демьянков // Известия АН СССР. – Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1982. – Т. 41, № 4. – С. 327-337.
40. Денисюк Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Денисюк Елена Викторовна. – Екатеринбург, 2003. – 200 с.
41. Дмитриев А.В. Понятие провокации / Дмитриев А.В. // Провокация: сферы коммуникативного проявления. – М. : Русайнс, 2016. – С. 7-17.
42. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.В. Дмитрук. – К., 2006. – 19 с.
43. Добрович А.Б. Анатомия диалога / А.Б. Добрович // Психология влияния : хрестоматия / сост. А. В. Морозов. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – С. 138-183.
44. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Евгений Леонидович Доценко. – М. : ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997. – 344 с.

45. Дячук Н.В. Реалії мовленнєвої діяльності: психолінгвістичний підхід / Н.В. Дячук // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна. – 2015. – Вип. 58. – С. 257-260.
46. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия / Ю.А. Ермаков. – Екатеринбург, 1995. – 139 с.
47. Ермакова О.П. К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога) / О.П. Ермакова, Е.А. Земская // Русский язык в его функциональных разновидностях. Коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 30-65.
48. Єрьюменко С.В. Напрями досліджень мовної особистості у сучасній лінгвістиці / С.В. Єрьюменко // Записки з романо-германської філології. – 2014. – Вип. 2. – С. 33-37.
49. Живило Т.С. Мовленнєвий вплив як проблема мовленнєвого спілкування / Т.С. Живило // Проблеми семантики слова, речення та тексту : зб. наук. праць / відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К. : КНЛУ, 2002. – Вип. 8. – С. 107-111.
50. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е.Н. Зарецкая. – [4-е изд.]. – М. : Дело, 2002. – 480 с.
51. Застровська С.О. Загальне поняття мовної особистості / С.О. Застровська, О.А. Застровський // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк, 2011. – № 6. – С. 159-163.
52. Захаров Е.П. Коммуникативные нормы речи / Е.П. Захаров // Вопросы стилистики. – Саратов : Изд-во Саратовского университета, 1993. – Вып. 25. – С. 36-44.
53. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта / А.Г. Здравомыслов. – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 317 с.
54. Зимняя И.А. Лингвопсихология речевой деятельности / И.А. Зимняя. – М. : Московский психолого-социальный институт, 2001. – 432 с.

55. Иванова Ю.М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Иванова Юлия Михайловна. – Волгоград, 2003. – 138 с.
56. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. – СПб. : Изд-во Питер, 2000. – 512 с.
57. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П. Ильин. – СПб. : Питер, 2009. – 576 с.
58. Ионкина Е.Ю. Некоторые особенности коммуникативного поведения адресата как объекта провокационного воздействия в интервью-портрете (на материале немецкого языка) / Е.Ю. Ионкина, Е.А. Литвинова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2014. – № 8 (38) : в 2-х ч. – Ч. I. – С. 87-90.
59. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – [изд. 5-е.]. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
60. Иссерс О.С. Паша-“Мерседес”, или речевая стратегия дискредитации / О.С. Иссерс // Вестник ОмГУ. – 1997. – Вып. 2. – С.51-54.
61. Иссерс О.С. Речевое воздействие : [учеб. пособие] / О.С. Иссерс. – [2-е изд.]. – М. : Флинта Наука, 2011. – 224 с.
62. Иссерс О.С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге / О.С. Иссерс // Русский язык в научном освещении. – М., 2009. – № 2 (18). – С. 92-104.
63. Иссерс О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу / О.С. Иссерс // Вестник ОмГУ. – Омск, 1996. – Вып. 1. – С. 71-74.
64. Иссерс О.С. Речевая провокация как коммуникативная стратегия (на материале текстов интервью) / О.С. Иссерс, О.А. Плотникова // Культура народов Причерноморья. – Симферополь: Межвузовский Центр "Крым", 2007. – №110. – Т.1. – С. 223-226.
65. Ішмуратов А.Т. Конфлікт і згода. Основи когнітивної теорії конфліктів / А.Т. Ішмуратов. – К. : Наукова думка, 1996. – 190 с.

66. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000 (а). – С. 5-20.
67. Карасик В.И. Структура институционального дискурса / В.И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. – С. 25-33.
68. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : [монография] / В.И. Карасик. – М., 2004. – 390 с.
69. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 198 с.
70. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей; Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично; Как перестать беспокоиться и начать жить / Д. Карнеги ; [пер. с англ. З.П. Вольская, Ю.В. Семенов]. – Донецк : Сталкер, 2003. – 560 с.
71. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации : [учеб пособие] / В.Б. Кашкин. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
72. Китайгородская М.В. Русский речевой портрет : [фонохрестоматия] / М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова. – Москва, 1995. – 114 с.
73. Клюев Е.В. Речевая коммуникация : [учебное пособие для университетов и институтов] / Е.В. Клюев – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
74. Ковалев Г.А. Три парадигмы в психологии – три стратегии психологического воздействия / Г.А. Ковалев // Вопросы психологии. – 1987. – № 3. – С. 41- 49.
75. Ковшиков В.А. Психолингвистика. Теория речевой деятельности / В.А. Ковшиков, В.П. Глухов. – М. : АСТ : Астрель, 2007. – 318 с.
76. Козлов А.Е. Провокативный дискурс как объект лингвистического анализа / Козлов А.Е., Саженин И.И. // Вестник Новосибирского

- государственного педагогического университета. – Новосибирск, 2015. – № 5. – С. 142-155.
77. Козлова В.В. Мовленнєвий вплив в англomовному парентальному дискурсі / В.В. Козлова // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Серія : Філологічна : зб. наук. пр. / Нац. ун-т "Острозька академія". – Острог, 2014. – Вип. 48. – С. 198-200.
78. Копнина Г.А. Речевое манипулирование : [учеб. пособие] / Г.А. Копнина. – [2-е изд.]. – М. : Флинта, 2008. – 176 с.
79. Корольов І.Р. Різномовні кооперативні комунікативні ситуації як об'єкт лінгвістичних досліджень / І.Р. Корольов // Сучасні дослідження з іноземної філології. – 2010. – Вип. 8. – С. 285-291.
80. Корольова А.В. Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту / Алла Валер'янівна Корольова // Studia Linguistica : зб. наук. праць. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, вид.-поліграф. центр "Київський університет", 2008. – Вип. 1. – С. 48-53.
81. Красных В.В. Основы психолінгвістики и теории коммуникации : [курс лекцій] / Виктория Владимировна Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.
82. Криворучко С.И. Речевое воздействие как объект лингвистических исследований / С.И. Криворучко // Вісник Харк. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – Серія „Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов”. – Харків : Вид-во ХНУ, 2010. – Вип. 62. – № 897. – С. 131-137.
83. Кріпак Ю.В. Вивчення мовленнєвої агресії в гендерному аспекті / Ю.В. Кріпак // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Серія : Філологічна : зб. наук. пр. / Нац. ун-т "Острозька академія". – Острог, 2014. – Вип. 48. – С. 13-16.
84. Крочук Ю.В. Мовна особистість як об'єкт дослідження антропоцентричних лінгвістичних студій / Ю.В. Крочук // Молодий вчений. – Херсон, 2015. – № 2(1). – С. 202-204.

85. Кубрякова Е.С. О типах дискурсивной деятельности / Е.С. Кубрякова // Вестник МГЛУ. – М., 2003. – Вып. 478. – С. 5-10.
86. Кудоярова О.В. Мотивы і цілі конфлікту в спілкуванні англомовних медиків / О.В. Кудоярова // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – Житомир, 2009. – № 45. – С. 104-109.
87. Культура русской речи : [учебник для вузов] / отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяева. – М. : НОРМА-ИНФРА-М, 2000. – 549 с.
88. Куницына В.Н. Межличностное общение : [учебник для вузов] / Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. – СПб : Питер, 2001. – 544 с.
89. Лавріненко І.М. Стратегії і тактики зміни комунікативних ролей у сучасному англомовному кінодискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / І.М. Лавріненко. – Х., 2011. – 20 с.
90. Ланских А.В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / А.В. Ланских. – Екатеринбург, 2008. – 22 с.
91. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций / Т.В. Ларина. – М. : Рукописные памятники Древ. Руси, 2009. – 516 с.
92. Латынов В.В. Стили речевого коммуникативного поведения: Структура и детерминанты / В.В. Латынов // Психологический журнал. – 1995. – Т. 16. – № 6. – С. 90-100.
93. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики / А. А. Леонтьев. – [3-е изд.]. – М. : Смысл, 2003. – 287 с.
94. Леонтьев А.А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания / А.А. Леонтьев. – М. : Наука, 1969. – 307 с.
95. Леонтьев А.А. Психология общения / А.А. Леонтьев. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Смысл, 1997. – 365 с.

96. Леонтьев А.А. Слово в речевой деятельности / А.А. Леонтьев. – М. : Наука, 1965. – 245 с.
97. Леонтьев А.А. Язык. Речь. Речевая деятельность / А.А. Леонтьев. – М. : Наука, 1969. – 212 с.
98. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М. : Смысл; Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
99. Леонтьев А.Н. Категория деятельности в современной психологии / А.Н. Леонтьев // Избранные психологические произведения : в 2-х т. – М. : Педагогика, 1983. – Т. 2. – С. 243-246.
100. Леонтьев А.Н. О дальнейшем психологическом анализе деятельности / А.Н. Леонтьев // Избранные психологические произведения : в 2-х т. – М. : Педагогика, 1983. – Т. 2. – С. 247-250.
101. Леорда С.В. Речевой портрет современного студента : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / С.В. Леорда. – Саратов : Изд-во СГУ, 2006. – 19 с.
102. Мазепова О.В. Еволюція поняття "мовна особистість" у сучасних лінгвістичних дослідженнях / О.В. Мазепова // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2014. – Вип. 48. – С. 274-286.
103. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / Макаров М.Л. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
104. Маликова О.В. Структурно-семантические и коммуникативно-прагматические особенности метатекстовых единиц современного английского языка : автореферат дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / О.В. Маликова. – К., 1993. – 24 с.
105. Малышкина И.Г. Метод провокации в исследованиях взаимоотношений аудитории и средств коммуникации [Электронный ресурс] / Илона Геннадьевна Малышкина // Молодежь и медиа. Экология медиaprостранства. – 2012. – Режим доступа :

<http://mic.org.ru/4-nomer-2012/164-metod-provokatsii-v-issledovaniyakh-vzaimootnoshenij-auditorii-i-sredstv-kommunikatsii>

106. Мальцева В.А. Общение как воздействие и диалог / В.А. Мальцева // Вестник Челябинского государственного университета. – Филология. Искусствоведение. – Челябинск : ЧелГУ, 2007. – Вып.15(93). – С. 80-88.
107. Мартынова Е.М. Типология явлений коммуникативного дискомфорта в ситуациях диалога : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Мартынова Елена Михайловна. – Орел, 2000. – 229 с.
108. Маршак А.Л. Культура и провокации / Маршак А.Л. // Провокация: сферы коммуникативного проявления. – М. : Русайнс, 2016. – С. 103-116.
109. Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Г.Г. Матвеева. – СПб., 1993. – 20 с.
110. Матвеева Т.В. Нормы речевого общения как личностные права и обязанности / Т.В. Матвеева // Юрислингвистика-2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, 2000. – С. 40-49.
111. Мегентесов С.А. Лингвистические аспекты психического воздействия и приемов манипуляции / С.А. Мегентесов. – Краснодар, 1997. – 111с.
112. Мельник И.В. Особенности и типы коммуникативной личности провокатора / Мельник Ирина Валерьевна // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2013. – № 9 (27) : в 2-х ч. – Ч. II. – С. 113-117.
113. Мельник І.В. Маніпулювання як провідна комунікативна стратегія провокаційного дискурсу / Ірина Мельник // Матеріали XI Міжнар. наук. конф. [“Семантика мови і тексту”], (Івано-Франківськ, 26-28 вересня 2012 р.) / гол. ред. В. Головчак. – Івано-Франківськ, 2012. – С. 381-383.

114. Мельник І. В. Мовний портрет провокатора: успішний vs хибний / Ірина Валеріївна Мельник // Молодий вчений. – Херсон, 2016. – №8. – С. 297-301.
115. Мельник І.В. Особливості використання принципів Кооперації та Ввічливості у провокаційному мовленні / Мельник Ірина Валеріївна // *Studia Linguistica* : зб. наук. праць / відп. ред. І.О. Голубовська. – К., 2013. – Вип. VII. – С. 351-357.
116. Мельник І.В. Особливості мовної реалізації стратегії шантажу у провокаційному мовленні / Мельник І.В. // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. праць / відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К. : Логос, 2012. – Вип. 21. – С. 348-355.
117. Мельник І.В. Особливості реалізації стратегії натяку у кооперативних ситуаціях провокаційного мовлення / Мельник І.В. // Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича: Германська філологія : зб. наук. пр. / Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці, 2014. – Вип. 692-693. – С. 89-92.
118. Мельник І.В. Причини комунікативних невдач провокаційного мовлення / Мельник І.В. // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць / відп. ред. А.Д. Бєлова. – К., 2013. – Вип. 46.– Ч. 2. – С. 497- 506.
119. Мельник І.В. Провокаційне мовлення як тип комунікації / Мельник І.В. // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць / відп. ред. О.І. Чередніченко. – К., 2011. – Вип. 37.– С. 62-67.
120. Мельник І.В. Типи комунікативних стратегій / Мельник Ірина Валеріївна // *Studia Linguistica* : зб. наук. праць / відп. ред. І.О. Голубовська. – К., 2011. – Вип. 5. Част. 2. – С. 377-380.
121. Мельник І.В. Strategic planning as a key to effective provocative communication / Мельник І.В. // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка – Філологічні науки /

- відп. ред. Л.М. Марчук. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2013. – Вип. 33. – С. 210-213.
122. Мулькеева В.О. Речевые стратегии конфликта и факторы, влияющие на их выбор : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / В.О. Мулькеева. – СПб., 2006. – 10 с.
123. Назарова Е.А. Провокации в средствах массовой коммуникации / Е.А. Назарова // Провокация: сферы коммуникативного проявления. – М. : Русайнс, 2016. – С. 73-89.
124. Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ / А.А. Негрышев. – Владимир : ВГГУ, 2009. – 144 с.
125. Николаева Т.М. О принципе “некооперации” или категориях социолингвистического воздействия / Т.М. Николаева // Логический анализ языка: Противоречивость и аномальность текста. – М. : Наука, 1990. – С. 225-231.
126. Остин Дж. Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике, 1986. – Вып. 17. – С. 22-131.
127. Падучева Е.В. Прагматические аспекты связности диалога / Е.В. Падучева // Известия АН. Серия литературы и языка. – 1982. – Т. 41. – Вып. 4. – № 4. – С. 305-313.
128. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01 / Ольга Николаевна Паршина. – Саратов, 2005. – 325 с.
129. Певнева И.В. Коммуникативные стратегии и тактики в конфликтных ситуациях общения обиходно-бытового и профессионального педагогического дискурсов русской и американской лингвокультур : автореф. дис на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / И.В. Певнева. – Кемерово, 2008. – 18 с.
130. Петлюченко Н.В. Харизматика: мовна особистість і дискурс : [монографія] / Н. В. Петлюченко. – Одеса : Астропринт, 2009. – 458 с.

131. Пирогова Ю.К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе : опыт типологизации / Ю.К. Пирогова // Текст. Интертекст. Культура. – М. : Азбуковик, 2001. – С. 543-553.
132. Пірен М.І. Конфліктологія : [підручник] / М.І. Пірен. – К. : Вид-во МАУП, 2003. – 360 с.
133. Почапська О.І. Провокація як спосіб загравання з аудиторією в сучасних Інтернет-ЗМІ (на прикладі журналу "Український тиждень") / О. Почапська // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – Вип. 15. – С. 207-212.
134. Почепцов Г.Г. Имиджеология / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. – 768 с.
135. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. – 352 с.
136. Почепцов Г.Г. Психологические войны / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. – 528 с.
137. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
138. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / [ред. Ф.М. Березин, Е.Ф. Тарасов]. – М. : Наука, 1990. – 136 с.
139. Рибаківа О.В. Роль невербальних засобів комунікації у втіленні стратегії незгоди в конфліктних комунікативних актах (на матеріалі англійського кінодискурсу) / О.В. Рибаківа // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків, 2015. – Вип. 81. – С. 134-138.
140. Різун В.В. Лінгвістика впливу: [монографія] / Різун В.В., Непійвода Н.Ф., Корнєєв В.М. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2005. – 148 с.
141. Седов К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции / К.Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2004. – 320 с.

142. Седов К.Ф. Становление структуры устного дискурса как выражение эволюции языковой личности : дис. ... док. филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Седов Константин Федорович. – Саратов, 1999. – 436 с.
143. Селіванова О.О. Мовленнєвий вплив в комунікативній взаємодії / О.О. Селіванова // Психолінгвістика. – 2012. – Вип. 10. – С. 223-229.
144. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : [термінологічна енциклопедія] / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
145. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К. : Ін Юре, 2009. – 276 с.
146. Серль Дж.Р. Классификация иллокутивных актов / Дж.Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – № 17. – С. 170-194.
147. Сычев А.А. Провокация между теорией и жизнью / А.А. Сычев // Провокация: сферы коммуникативного проявления. – М. : Русайнс, 2016. – С. 18-38.
148. Сковородников А.П. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе / Сковородников А.П., Копнина Г.А. // Политическая лингвистика. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т. – 2012. – №3 (41). – С. 36-42.
149. Сорокіна Л.Є. Мовленнева маніпуляція в сучасному англomовному діалогічному дискурсі : комунікативно-когнітивний і гендерний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Л.Є. Сорокіна. – К., 2013. – 19 с.
150. Сотников А.В. Складові компоненти мовної особистості в контексті міжкультурної комунікації / А.В. Сотников // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2012. – С. 267-271.
151. Стасюк Т.В. Новітні мовні технології сугестії та переконання / Т.В. Стасюк // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – К., 2010. – Вип. 20. – С. 23-32.

152. Степанов В.Н. Провокационный дискурс (ПД) / В.Н. Степанов // Русский язык: исторические судьбы и современность: Междунар. конгресс : тр. и матер. – М. : МГУ, 2001. – С. 116-117.
153. Стернин И.А. Анализ коммуникативных ситуаций / И.А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2013. – 50 с.
154. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж : Кварта, 2001. – 227 с.
155. Стернин И.А. Очерк английского коммуникативного поведения / Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. – Воронеж : Истоки, 2003. – 185 с.
156. Стернин И.А. Русское и немецкое коммуникативное поведение и проблема межкультурной коммуникации / И.А. Стернин // Межкультурная коммуникация: парадигмы исследования и преподавания. – Красноярск : РИО КГПУ, 2003. – С. 63-102.
157. Строителев Н.М. Дискурсивные характеристики провокационного речевого поведения в англоязычных IRC-чатах / Н.М. Строителев, Н.А. Сабурова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2014. – № 6 (36) : в 2-х ч. – Ч. I. – С. 175-180.
158. Стросон П.Ф. Намерение и конвенция в речевых актах / П.Ф. Стросон // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 130-150.
159. Сусов И.П. Введение в теоретическое языкознание / И.П. Сусов. – М. : Восток – Запад, 2006. – 382 с.
160. Сусов И.П. Личность как субъект языкового общения / Сусов И.П. // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин : КГУ, 1989. – С. 9-16.
161. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии / С.А. Сухих // Речевое общение и его единицы : межвуз. сб. научн. тр. – Калинин : КГУ, 1986. – С. 71-76.

162. Сухих С.А. Языковая личность в диалоге / С.А. Сухих // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин, 1989. – С. 56-59.
163. Тарасенко Т.П. Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Т.П. Тарасенко. – Краснодар, 2007. – 26 с.
164. Тарасов Е.Ф. Психологические и психолингвистические аспекты речевого воздействия / Е.Ф. Тарасов // Речевое воздействие: психологические и психолингвистические проблемы. – М., 1986. – С. 4-9.
165. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: достижения и перспективы исследования / Е.Ф. Тарасов // Язык как средство идеологического воздействия: сборник обзоров АН СССР, ИНИОН. – М. : Наука, 1983. – С. 76-92.
166. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория / Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия / отв. ред. Р.Г. Котов. – М. : Наука, 1990. – С. 5-18.
167. Тарасова И.П. Структура личности коммуниканта и речевое воздействие / И.П. Тарасова // Вопросы языкознания. – № 5. – 1993. – С. 70-81.
168. Третьякова В.С. Конфликт глазами лингвиста / В.С. Третьякова // Юрислингвистика-2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2000. – С. 127-140.
169. Третьякова В.С. Конфликт как феномен языка и речи [Электронный ресурс] / В.С. Третьякова // Изв. Урал. гос. ун-та. – 2003. – № 27. Режим доступа : [http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0027\(03\\_142003\)&xslt=showArticle.xslt&id=a16&doc=../content.jsp](http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0027(03_142003)&xslt=showArticle.xslt&id=a16&doc=../content.jsp)
170. Третьякова В.С. Речевой конфликт и гармонизация общения : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / В.С. Третьякова. – М., 2003. – 36 с.

171. Третьякова В.С. Речевая конфликтология: проблемы, задачи, перспективы / В.С. Третьякова // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – Челябинск, 2013. – Вып. 73. – № 1 (292). – С. 279-282.
172. Фадеева Е.В. Основные виды конфликтного речевого взаимодействия / Е.В. Фадеева // Вісник Харківського державного університету. Серія “Романо-германська філологія”. – Харків, 1999. – № 435. – С. 143-149.
173. Фадеева О.В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.В. Фадеева. – К., 2000. – 18 с.
174. Федорова К.И. Инструменты речевой агрессии в англоязычных масс-медиа (на материале статьи Оуэна Джоунза “Putin is a human rights abusing oligarch. The British left must speak out” / К.И. Федорова, Н.В. Сабурова, С.В. Николаева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2016. – № 9(63) : в 3-х ч. – Ч. 3. – С. 188-192.
175. Федорова Л.Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения / Л.Л. Федорова // Вопросы языкознания. – 1991. – № 6. – С. 46-50.
176. Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет / Н.И. Формановская. – М. : Издательство ИКАР, 2005. – 2-е изд. – 250 с.
177. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. – М. : Рус. яз., 2002. – 216 с.
178. Фролова І.Є. Вербалізація конфлікту у дискурсі / І.Є. Фролова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : [кол. монографія] / [під загальн. ред. Шевченко І.С.]. – Харків : Константа, 2005. – С. 237-262.

179. Фролова І.Є. Регулятивний потенціал стратегії конфронтації в англomовному дискурсі : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : спец. 10.02.04 / І.Є. Фролова. – Харків, 2015. – 36 с.
180. Фролова І.Є. Специфіка актомовленнєвого аспекту реалізацій стратегій конфронтації в англomовному дискурсі / І.Є. Фролова // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – Житомир, 2009. – Вип. 45. – С. 127-132.
181. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : [монографія] / І.Є. Фролова. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
182. Хараши А.У. Межличностной контакт как исходное понятие устной пропаганды / А.У. Хараши // Вопросы психологии / ред. : А.А. Смирнов, О.А. Конопкин. – М., 1977. – № 4. – С. 52-64.
183. Хасан Б.И. Психотехника конфликта и конфликтная компетентность / Б.И. Хасан. – Красноярск, 1996. – 320 с.
184. Хисамова Г.Г. Исследование коммуникативных неудач в аспекте прагмалингвистики / Г.Г. Хисамова // Лингвистический семинар 2008. Материалы Международной Интернет-конференции. – Уфа, 2008. – С. 186-191.
185. 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. – 20с.
186. Чайка Л.В. Вербальний конфлікт: методологічні та термінологічні питання дослідження / Л.В. Чайка // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – Житомир, 2009. – Вип. 45. – С. 133-137.
187. Чайка Л.В. Вербальні конфлікти: комплексний лінгвістичний аналіз (на матеріалі англійської мови) / Лариса Василівна Чайка. – Ірпінь : Видавництво НУДПСУ, 2014. – 272 с.
188. Чайка Л.В. Психолінгвістика конфлікту [Електронний ресурс] / Л.В. Чайка // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2015. – С. 164-177.

189. Чайка Л.В. Структурні складові ситуації вербального конфлікту / Л.В. Чайка // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2012. – С. 272-278.
190. Чалдини Р. Психология влияния / Роберт Чалдини. – М. : Эксмо, 2010. – 416 с.
191. Чхетиани Т.Д. Лингвистические аспекты фатической метакоммуникации (на материале английского языка) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Т.Д. Чхетиани. – Киев, 1987. – 24 с.
192. Шалина И.В. Коммуникативно-речевая дисгармония: ее причины и виды / И.В. Шалина // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург, 2000. – С. 272-287.
193. Шарков Ф.И. Теория коммуникации : [учебник] / Ф.И. Шарков. – М. : РИП-холдинг, 2005. – 246 с.
194. 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.
195. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис». – 326 с.
196. Шейнов В.П. Психология власти / В.П. Шейнов. – М. : Ось-89, 2003. – 528 с.
197. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования : [монография] / Е.В. Шелестюк. – Челябинск : ООО «Энциклопедия», 2008. – 232 с.
198. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография / Е.В. Шелестюк. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2014. – 344 с.
199. Шеметова Т.Н. Искусство провокации и идеальный провокатор [Текст] / Т.Н. Шеметова // Обсерватория культуры: журнал-обозрение. – 2014. – № 1. – С. 11-17.

200. Ширяев Е.Н. Культура русской речи и эффективность общения / Е.Н. Ширяев. – М. : Наука, 1996. – 441 с.
201. Шкатова Л.А. Речеповеденческие стратегии и тактики в конфликтных ситуациях / Л.А. Шкатова // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: Коллективная моногр. / отв. ред. Н.А. Купина, М.Б. Хомяков. – М. : ОЛМА ПРЕСС, 2005. – С. 389-402.
202. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор / Э. Шостром / [пер. с англ. А. Малышевой]. – Минск : Полифакт, 1992. – 128 с.
203. Янко Т.Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии / Т.Е. Янко // Вопросы языкознания. – М. : Наука, 1999. – № 4. – С. 28-53.
204. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації : [навч. посіб.] / О.В. Яшенкова. – К. : ВЦ «Академія», 2010. – 312 с. – (Серія «Альма-матер»).
205. Яшенкова О.В. Стратегії і тактики мовленнєвого спілкування у діловій сфері / О.В. Яшенкова // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2003. – № 9. – С. 360-367.
206. Allwood J. Linguistic communication as action and cooperation. A study in pragmatics / J. Allwood. – Department of linguistics, University of Göteborg, 1987. – 257 p.
207. Bach K.M. Linguistic communication and speech acts [Електронний ресурс] / K. Bach, R. Harnish. – Режим доступу: <http://logica.ugent.be/philosophica/fulltexts/75-2.pdf>
208. Bonvillian N. Language, Culture and Communication: The Meaning of Messages / N. Bonvillian. – [2nd ed.]. – New Jersey; Prentice Hall, 1997. – 406 p.
209. Brown P. Politeness: Some universals in language usage / Penelope Brown and Stephen D. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.

210. Burke K. A grammar of motives / K. Burke. – Berkeley : University California Press, 1970. – 530 p.
211. Carnegie D. How to Win Friends and Influence People? / D. Carnegie. – New York, 1936. – 231 p.
212. Corder S.P. Strategies of communication / Corder S.P. // Strategies in interlanguage communication / C. Farch & G. Kasper (Eds.). – London, England : Longman, 1983. – P. 15-19.
213. Craig R.T. Communication in the conversation of disciplines / R.T. Craig // Russian Journal of Communication, 2008. – Vol. 1, № (1). – P. 7-24.
214. Crystal D. Dictionary of Linguistics and Phonetics / D. Crystal. – Oxford : Oxford Univ. Press, 1990. – 560 p.
215. Dijk T.A. van Dialogue as Discourse and Interaction / T.A. van Dijk // Handbook of Discourse Analysis (v. 3). – L., 1985. – P. 1-11.
216. Dijk T.A. van Discourse analysis as a New Cross-Discipline / T.A. van Dijk // Handbook of Discourse Analysis (v. 1). – L., 1985. – P. 1-10.
217. Dijk T.A. van Studies in the Pragmatics of Discourse / T.A. van Dijk. The Hague, 1981. – P. 243-263.
218. Dijk T.A. van. Text and context: Explorations in the semantics and pragmatics of discourse / T.A. van Dijk. – London-N.Y. : Longman, 1977. – 261 p.
219. Douglas M. Jokes / M. Douglas // Implicit Meanings: Essays in Anthropology. – London, RKP, 1975. – P. 90-114.
220. Garcia H.F. Power of Communication The: Skills to Build Trust, Inspire Loyalty, and Lead Effectively / Helio Fred Garcia. – New Jersey : Pearson FT Press, 2012. – 336 p.
221. Goffman E. Strategic Interaction / E. Goffman. – Oxford : Blackwell, 1970. – 145 p.
222. Gordon G.N. Persuasion: the theory and practice of manipulative communications / G.N. Gordon. – New York, 1971. – 558 p.

223. Gordon D. Conversational postulates / D. Gordon, G. Lakoff // Papers from the Seventh Regional Meeting: Chicago Linguistic Society. – Chicago : University of Chicago, 1974. – P. 186-197.
224. 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.
225. Griffin E. A First Look at Communication Theory / E. Griffin. – N.Y. : McGraw-Hill, 1997.
226. Heider F. The Psychology of Interpersonal Relations / F. Heider. – New York, 1989. – 322 p.
227. Horn R.E. Visual Language: Global Communication for the 21<sup>st</sup> Century / R.E. Horn. – Bainbridge Island, Washington : MacroVU, Inc., 1998. – 270 p.
228. Jakobson R. The framework of Language / Roman Jakobson. – East Lansing : University of Michigan Press, 1980. – 132 p.
229. Koschmieder E. Beiträge zur allgemeinen Syntax / E. Koschmieder // Вопросы языкознания. – 1966. – № 5. – С. 123-129.
230. Lakoff R.T. The Language War / R.T. Lakoff. – Berkley, Los Angeles, London : University of California Press, 2000. – 323 p.
231. Lasswell H.D. Power and Personality / H.D. Lasswell. – N.Y. : The Viking Press, 1969. – 250 p.
232. Leech G. Principles of Pragmatics / G. Leech. – L., N.Y. : Longman Linguistic Library, 1983. – 250 p.
233. Leech G.N. Language, meaning and context: pragmatics / G.N. Leech, J.Thomas // Collinge, N.E. (ed.) An Encyclopaedia of language. – London and New York : Routledge 1990. – P. 173-207.
234. Levy D.M. Communicative goals and strategies: Between discourse and syntax / D.M. Levy // Syntax and Semantics. – Vol. 12: Discourse and Syntax. – N.-Y. : [s. n.], 1979. – 199 p.
235. Maillat D. Constraining context selection: On the pragmatic inevitability of manipulation / D. Maillat // Journal of Pragmatics 59(B). –2013. – P. 190-199.

236. Malikova O.V. Modern English grammar. General theoretical and pragmatic aspects / O.V. Malikova. – K. : Publishing house “Kyiv University”, 2005. – 98 p.
237. Malikova O.V. Modern English theoretical grammar: University course : [textbook for English language students and researchers] / O.V. Malikova. – K. : Publishing house “Kyiv University”, 2010. – 704 p.
238. Manheim J.B. All the Time. Strategic Communication and American Politics / J.B. Manheim. – New York : M. E. Sharpe Inc. Armonk, 1991. – 255 p.
239. Mehrabian A. Communication without Words / A. Mehrabian // DeVito J.A. Communication: Concepts and Processes. – Englewood Cliffs : Prentice Hall. – 1976. – P. 99-106.
240. Moeschler J. Pragmatics, propositional and non-propositional effects: Can a theory of utterance interpretation account for emotions in verbal communication? / J. Moeschler // Social Science Information 48(3). – 2009. – P. 447-464.
241. Mohan B. Principles, postulates, politeness / B. Mohan // Papers from the Tenth Regional Meeting : Chicago Linguistic Society. – Chicago : University of Chicago, 1974. – P. 446-459.
242. Morris Ch. Signs, language and behavior / Ch. Morris. – N.Y. : Prentice Hall, 1946. – 365 p.
243. Oswald S. Constraining context: a pragmatic account of cognitive manipulation / S. Oswald, D. Maillat // Critical discourse studies in context and cognition. – Amsterdam : John Benjamins, 2011. – P. 65-80.
244. Searle J. Literal meaning / J. Searle // Expression and Meaning. – Cambridge : Cambridge University Press, 1979. – P. 117-136.
245. Searle J. The background of meaning / J. Searle, F. Keifer, M. Bierwisch (eds.) // Speech Act Theory and Pragmatics. Dordrecht : Reidel. – 1980. – P. 221-232.
246. Sperber D. Understanding verbal understanding / J. Khalifa (ed.) What is Intelligence? Cambridge : Cambridge University Press. – 1994. – P. 179-198.

247. Sperber D. Pragmatics, modularity and mind-reading / D. Sperber, D. Wilson // *Mind & Language* 17. – 2002. – 3-23.
248. Sperber D. *Relevance: Communication and Cognition* / D. Sperber, D. Wilson. – Oxford : Blackwell, 1986. – 338 p.
249. Stephenson W. *The study of Behavior: Q-Technique and Its Metodology* / W. Stephenson. – Chicago : University of Chicago press. – 1953. – 377 p.
250. Wierzbicka A. *English Speech Act Verbs: A Semantic Dictionary* / A. Wierzbicka. – Sydney : Academic Press, 1987. – 367 p.
251. Wunderlich D. *Foundations of linguistics* / D. Wunderlich. – Cambridge : Cambridge University Press. 1980. – 360 p.

### СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

252. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 170 000 слів і словосполучень / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. : Ірпінь : ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с.
253. Краткий психологический словарь / [под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского]. – М. : Политиздат, 1985. – 431 с.
254. Новий тлумачний словник української мови : в трьох томах / [укл. В. Яременко, О. Сліпушко]. – II вид. – К. : Аконіт, 2005. – Т. 3. – 2005. П-Я. – 928 с.
255. Словник іншомовних слів / [укл.: С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута]. – К. : Наук. думка, 2000. – 680 с. – (Словники України).
256. Сучасний словник іншомовних слів: близько 20 тис. слів і словосполучень / НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. [укл. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. – К. : «Довіра», 2006. – 789 с.
257. Сучасний тлумачний словник української мови: 50 000 слів / [за заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В.В. Дубічинського]. – Х. : ВД «ШКОЛА», 2006. – 832 с.

258. Cambridge Free English Dictionary and Thesaurus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/>
259. Collins English Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
260. Wikipedia Free Encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page)

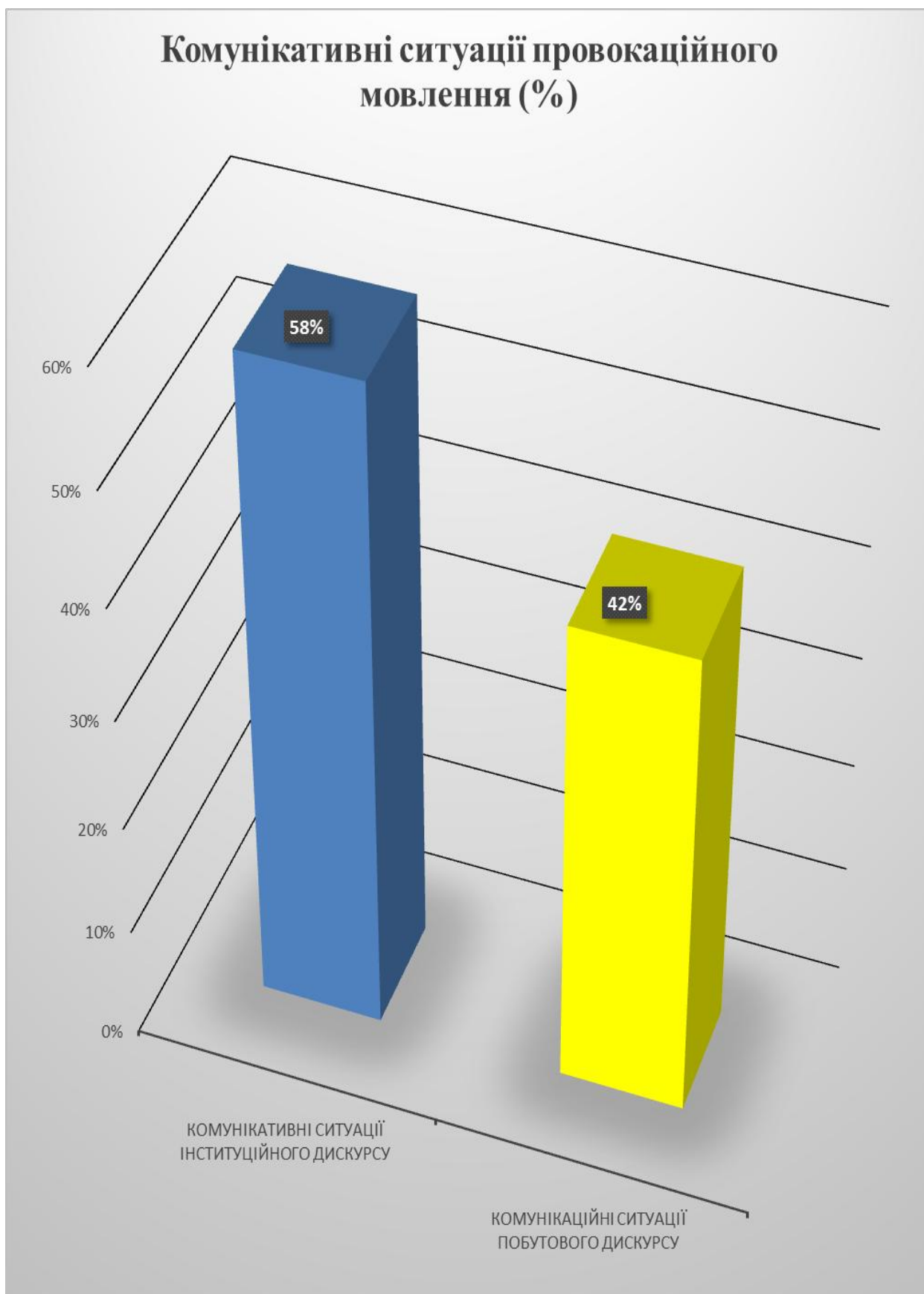
**СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

1. Desperate Housewives. I wish I could forget you [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: <http://desperatehousewives.hypnoweb.net/episodes/saison-2/episode-206/script-vo-206.36.569/>
2. Devious maids. Hanging the drapes [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Devious\\_Maids/1/10/Hanging\\_the\\_Drapes](http://www.addic7ed.com/serie/Devious_Maids/1/10/Hanging_the_Drapes)
3. Devious maids. Making your bed [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Devious\\_Maids/1/4/Making\\_Your\\_Bed](http://www.addic7ed.com/serie/Devious_Maids/1/4/Making_Your_Bed)
4. Devious maids. Pilot [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Devious\\_Maids/1/1/Pilot](http://www.addic7ed.com/serie/Devious_Maids/1/1/Pilot)
5. Devious maids. Proof [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Devious\\_Maids/2/12/Proof](http://www.addic7ed.com/serie/Devious_Maids/2/12/Proof)
6. Devious maids. Wiping away the past [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Devious\\_Maids/1/3/Wiping\\_Away\\_the\\_Past](http://www.addic7ed.com/serie/Devious_Maids/1/3/Wiping_Away_the_Past)
7. Good wife. Pilot [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: <http://transcripts.foreverdreaming.org/viewtopic.php?f=36&t=13270>
8. Lie to me. Blinded [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lie-to-me.hypnoweb.net/guide-episodes/saison-1/episode-112/script-vo-112.176.203/>
9. Lie to me. Depraved heart [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lie-to-me.hypnoweb.net/guide-episodes/saison-1/episode-108/script-vo-108.176.187/>
10. Lie to me. Control Factor [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lie-to-me.hypnoweb.net/quartier/taches-projets/script-vo-203.176.312/>
11. Lie to Me. Do No Harm Subtitle [Електронний ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lie-to-me.hypnoweb.net/guide-episodes/saison-1/episode-106/script-vo-106.176.167/>

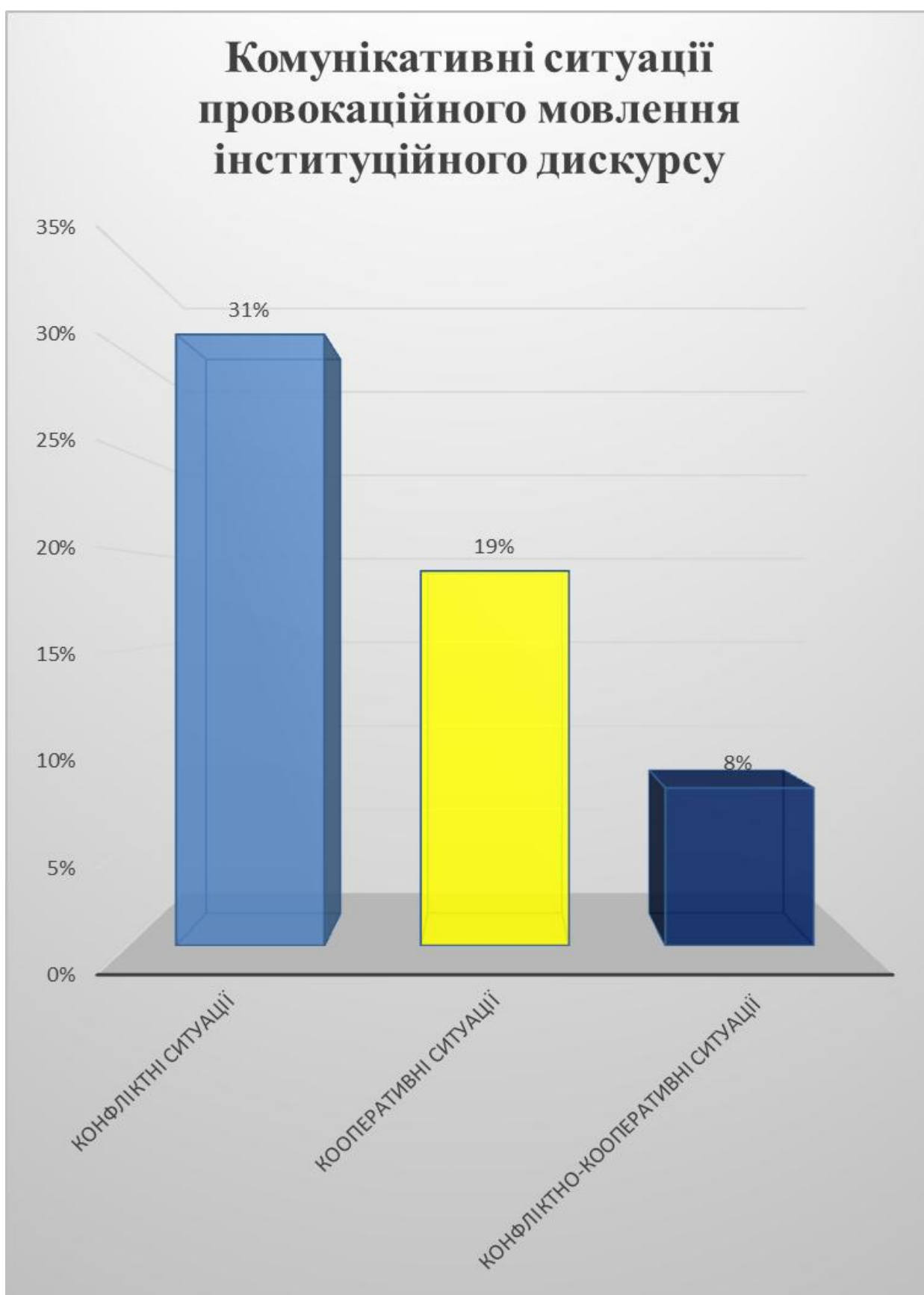
12. Lie to me. Honey [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lie-to-me.hypnoweb.net/guide-episodes/saison-2/episode-204/script-vo-204.176.320/>
13. Lie to me. Moral waiver [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lyingtoyou.synthasite.com/moral-waiver.php>
14. Lie to me. Pilot [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lyingtoyou.synthasite.com/pilot.php>
15. Lie to me. The perfect score [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: <http://lyingtoyou.synthasite.com/the-perfect-score.php>
16. Mad men. Red in the Face [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Mad\\_Men/1/7/Red\\_in\\_the\\_face](http://www.addic7ed.com/serie/Mad_Men/1/7/Red_in_the_face)
17. Made in Jersey. Camelot Subtitle [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Made\\_in\\_Jersey/1/3/Camelot](http://www.addic7ed.com/serie/Made_in_Jersey/1/3/Camelot)
18. Private Practice. Do the right thing [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Private\\_Practice/2/20/Do\\_the\\_Right\\_Thing](http://www.addic7ed.com/serie/Private_Practice/2/20/Do_the_Right_Thing)
19. Private Practice. God bless the child [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Private\\_Practice/4/21/God\\_Bless\\_The\\_Child](http://www.addic7ed.com/serie/Private_Practice/4/21/God_Bless_The_Child)
20. Private Practice. Second chances [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: [http://www.addic7ed.com/serie/Private\\_Practice/2/14/Second\\_Chances](http://www.addic7ed.com/serie/Private_Practice/2/14/Second_Chances)
21. Revenge. Charade [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: <http://www.addic7ed.com/serie/Revenge/1/7/Charade>
22. Revenge. Doubt [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: <http://www.addic7ed.com/serie/Revenge/1/17/Doubt>
23. Revenge. Intrigue [Электронный ресурс]. – Доступ до джерела: <http://www.addic7ed.com/serie/Revenge/1/6/Intrigue>

## ДОДАТКИ

## Додаток А Комунікативні стратегії провокаційного мовлення



**Додаток Б Комуникативні ситуації провокаційного мовлення  
інституційного дискурсу**



**Додаток В Комуникативні ситуації провокаційного мовлення побутового дискурсу**

