

Місягіна І. М.,

завідувач кафедри української та іноземних мов
Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького

НЕРЕЛЕВАНТНІСТЬ ЯК ТАКТИКА КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ УХИЛЬНОСТІ

Анотація. У статті подано огляд основних способів реалізації тактики нерелевантності. Визначено їхню частотність в англomовному художньому дискурсі.

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, спосіб ухильності, нерелевантність, тактика часткового блокування інформації.

Постановка проблеми. Ухильність, або геджинг досліджувались переважно зарубіжними науковцями [1; 2; 3; 4]. Поміж вітчизняних науковців перші кроки в аналізі цієї стратегії зробили О.В. Пономаренко [5] та А.В. Ярхо [6], які вивчали італійський політичний і англomовний художній дискурс.

На сьогодні мовознавці не досягли єдності поглядів стосовно понятійного апарату ухильності, що забезпечує актуальність дослідження реалізації цього явища в дискурсі. Не обгрунтовано зарахування ухильності до комунікативних стратегій. Не визначено також основні тактики та способи реалізації комунікативної стратегії ухильності (далі – КСУ) у художньому дискурсі.

У зв'язку з цим, метою статті є визначити основні способи реалізації комунікативної тактики (далі – КТ) нерелевантності як однієї із тактик стратегії ухильності.

Дослідження було проведене на матеріалі англomовних текстів Британського національного корпусу – розділ «Художня література» (<http://corpus.byu.edu/bnc/x.asp>), а також 1 000 діалогічних блоків, виокремлених методом суцільної вибірки із текстів сучасної англomовної художньої літератури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комунікативну стратегію ухильності можна визначити як комунікативну стратегію, яка використовується мовцем для того, щоб повністю або частково уникнути передавання комунікативно значущої інформації, зняти з себе відповідальність за її достовірність чи передати імпліцитно. Тактика ухильності є способом утілення вербальними/невербальними засобами стратегічного наміру ухилитись від надання інформації.

Тактики ухильності в межах КСУ класифікуються за принципом повноти/неповноти приховування мовцем комунікативно значущої інформації. На основі цього принципу тактики КСУ поділяються на КТ повного й часткового блокування інформації. КТ повного блокування інформації можуть утілюватись вербально або невербально, а КТ часткового блокування інформації можуть утілюватись лише за допомогою вербальних засобів.

КТ часткового блокування інформації – це спосіб утілення вербальними засобами стратегічного наміру частково уникнути передавання комунікативно значущої інформації за умови продовження комунікації. КТ часткового блокування інформації, на відміну від КТ повного блокування, що передбачає повне припинення комунікації в заданому напрямі, упроваджуються тоді, коли мовець уникає повідомляти комунікативно значущу

інформацію, проте намагається зробити це непрямом: приховати своє небажання та продовжити комунікацію.

Тактика нерелевантності як одна з тактик ухильності втілюється за умови недотримання постулату Категорії Відношення принципу Кооперації Г.П. Грайса: «Не відходь від теми» і є КТ часткового блокування інформації.

Способи втілення КТ ґрунтуються на маніпулюванні релевантністю інформації. КТ нерелевантності передбачає уникнення передавання інформації через надання комунікативно незначущої, недоцільної, непотрібної інформації. Максима релевантності, що лежить в основі КТ, часто може ігноруватись співрозмовниками під час переходу від однієї теми до іншої, виходу за межі обговорюваної теми тощо. Зазвичай уявлення адресанта й адресата про релевантність теми розмови не збігаються, оскільки їм не відомі стратегії один одного, і те, що є релевантним для адресанта, може бути на цей момент зовсім не значущим для адресата [7].

У результаті кількісного аналізу способів ухильності в межах КТ нерелевантності була визначена їхня частотність: продовження попередньої теми (7,65%), перехід до нової теми (46,43%), розвиток теми (26,02%) і підміна теми (19,9%).

У нашому дослідженні до випадків утілення КТ нерелевантності не належали ті випадки, коли мовець не мав наміру уникнути надання інформації, тобто продовжував попередню тему, оскільки вважав, що ще не висловив своєї думки; переходив до нової теми, бо попередню тему було вичерпано; розвивав тему, бо вважав, що саме в цьому напрямі він зможе вичерпно відповісти на запитання; здійснював підміну теми випадково, ненавмисне, не зрозумівши запитання.

1. Продовження попередньої теми.

Продовжити попередню тему адресант може проігнорувати репліку адресата, при цьому може бути необхідним створення певного додаткового комунікативного шуму (звичай фізичного: швидкий темп розмови, додаткові рухи), присутність якого виправдала б ігнорування адресантом репліки співрозмовника.

Типовою ознакою втілення цього способу є відсутність зв'язку між запитанням співрозмовника та відповіддю на нього:

*“Chris, I’ve just had a threatening phone call,” he said. “What, from your editor?” I said facetiously. He **ignored** my remark and carried on. “Just before you arrived a bloke came on the phone and said he had read my article this morning (BNC; CS4).*

У цьому прикладі запитання співрозмовника було проігнороване, оскільки мовець не був зацікавлений у розвитку теми в напрямі, запропонованому співрозмовником.

Ігноруючи запитання, мовець недемонстративно ухиляється від теми розмови, що нав'язується йому співрозмовником, і продовжує розвивати розпочату тему. При цьому запитання співрозмовника залишаються без інформативної

відповіді. Цей спосіб дає мовцю змогу керувати напрямом розмови й залишатися в межах відомої теми, при цьому не демонструючи відкрито своє небажання/неможливість переходити до іншої теми (можливо, невідомої або небажаної) та повідомляти інформацію.

Адресант може також ухилитись від нової теми демонстративно і проігнорувати запитання, звернувши увагу на необхідність закінчення попередньої розмови („I haven't finished telling you about...”).

2. Розвиток теми розмови.

Розвиток теми розмови відбувається через зміну фокусу відповіді.

Компонентами комунікативного фокусу висловлення є фокус уваги й інформаційний фокус [8, с. 108–109]. Першим є тема висловлення, тобто предмет повідомлення, який є відомим і на якому мовець найперше зосереджує свою увагу. Тема пов'язує наступні висловлення із попередніми, слугуючи засобом включення висловлення в контекст. Інформаційний фокус сприяє здійсненню комунікації та відповідає ремі.

Проаналізуємо втілення КТУ через зміну комунікативного фокусу за допомогою такого прикладу:

“Just people with dreams, living a fantasy life while Carnival is on. You must try it. It's really rather enjoyable to walk about incognito”. “I'm always what I want to be,” she said with a frown. “What about you? Do you pretend to be someone you're not?” She felt the muscles in the arm around her swell as he flexed them, and looked up at him, forgetting he was masked. “I've worn costume at Carnival time,” he said smoothly, ducking the question (BNC; AOR).

Розглянемо цей приклад, у якому комунікативний фокус виражається пропозицією «Під час карнавалу приховують справжні обличчя й перетворюються на когось іншого». Фокусом уваги тут є репліка, що виражена пропозицією «Жінка запитує чоловіка, чи він має що приховувати». Відповідь чоловіка на поставлене запитання, фактично, є інформаційним фокусом висловлення, тобто новою невідомою інформацією, на яку очікує співрозмовник: «Відповідь чоловіка про те, що він носив костюм під час карнавалу». Інформаційний фокус узгоджується із загальним комунікативним фокусом, тобто розмовою про карнавал, проте не відповідає фокусу уваги і є зміщеним стосовно нього: фокус уваги – запит про те, чи чоловік щось приховує, а зміщений інформаційний фокус – його відповідь про те, що під час свята він переодягався. Узгодженим інформаційним фокусом у цьому прикладі мала б бути репліка-відповідь чоловіка про те, чи він має що приховувати.

За допомогою зміщення інформаційного фокусу мовець намагається акцентувати увагу співрозмовника на інших аспектах питання й, фактично залишаючись у межах комунікативного фокусу (загальної теми розмови), ухиляється від надання комунікативно значущої інформації.

3. Підміна теми.

У випадку підміни теми на перший погляд відповідь мовця тематично повністю відповідає поставленому запитанню, за винятком того, що при її наданні ігнорується певна екстралінгвістична складова ситуації. Відповідь має пов'язуватись із запитанням у межах цієї теми та ситуації. Якщо ж запитання було поставлене з урахуванням контекстних і ситуаційних параметрів, а відповідь була надана без уваги на них, у такому випадку можна вважати, що відповідь не корелює із запитанням у визначених контекстних і ситуаційних межах. Фактично, у ме-

жах цієї ситуації відповідь тематично не відповідає запитанню, і тут має місце явище підміни теми.

Цю ситуацію можна передати за допомогою такого прикладу:

“Do you like him?” asked Donna suddenly. Juliet flushed. “He's a very good doctor, I believe,” she prevaricated. “That's not what I asked. I asked you if you like him”. “I do hope you're not trying to matchmake,” said Juliet (BNC; JY0).

Запитання та відповідь можна назвати узгодженими лише у випадку ігнорування контексту й ситуації. Якщо ж аналізувати попередній приклад із урахуванням цих параметрів, доцільно зауважити, що співрозмовник запитував не про професійні, а особисті характеристики об'єкта уваги, але мовець, проігнорвавши контекст, ухилився від запитання за допомогою способу підміни теми розмови.

4. Перехід до нової теми розмови.

Перейти до нової теми можна за допомогою а) реалізації директивних актів (наказу, прохання про виконання певної дії); б) повідомлення про зміну місця перебування або необхідність виконання певних дій (відсутність адресата виключає можливість отримання відповіді); в) постановки зустрічного запитання, що не стосується теми розмови; г) унесення нової інформації, що стосується дій співрозмовника, ситуації або контексту, у межах яких відбувається розмова:

а) *“Are you sick, Pa?” Dirk's ghoulish interest in Sean's condition added substantially to his evil temper. “Eat your breakfast”. Sean's tone was calculated by its sheer malevolence to dry up further questioning (W. Smith. The Sound of Thunder, p. 40);*

б) *“What young woman wouldn't? An older man, experienced, smooth. But to let him interfere with your work” – “He's not interfering with anything. We've gone out a few times in the last couple of weeks, that's all. I'm sorry, Angela, but I really have to get back on schedule here” (N. Roberts. Private Scandals, p. 42);*

в) *She was silent for a moment, then, “Sean...” Quickly Sean cut in. “And how is Garry?” He sensed what she was going to ask (W. Smith. The Sound of Thunder, p. 48).*

г) *“We know you're retired – “For true,” “Aubrey assured her”, – but you still have friends in all the wrong place”. “This rose is called Black Velvet,” said Aubrey” (D. Koontz. Dean Koontz's Frankenstein, p. 103).*

Спосіб переходу до нової теми є надзвичайно дієвим, оскільки він надає широкий вибір можливостей для уникнення надання інформації за допомогою введення нових об'єктів, які відволікають увагу слухача від комунікативно значущої інформації.

Висновки. КТ нерелевантності передбачає уникнення передавання інформації через надання комунікативно незначущої, недоцільної, непотрібної інформації. Ця КТ представлена такими способами: продовження попередньої теми, перехід до нової теми, розвиток теми та підміна теми. Найчастотнішим способом реалізації тактики нерелевантності є спосіб переходу до нової теми.

Література:

1. Hübler A. Understatements and Hedges in English / A. Hübler. – Amsterdam : John Benjamins, 1983. – 156 p.
2. Markannen R. Hedging and its linguistic realization in English, German, French philosophical texts: a case study / R. Markannen, H. Schröder // Fachsprachliche Miniaturen. – Frankfurt / Main et al. : Peter Lang, 1992. – P. 121–130.

3. Prince E. On hedging in physician-physician discourse / E. Prince, Ch. Bosk, J. Frader // *Linguistics and Professions*. – Norwood : New Jersey : Ablex, 1982. – P. 83–97.
4. Rounds P. Hedging in Written Academic Discourse : Precision and Flexibility / P. Rounds – Ann Arbor : University of Michigan, 1982. – 133 p.
5. Пономаренко О.В. Лінгвопрагматичні засоби вираження ухильності в сучасному італійському політичному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.05 / О.В. Пономаренко. – К., 2004. – 245 с.
6. Ярхо А.В. Коммуникативная стратегия неуверенности в современном англоязычном диалогическом дискурсе : дисс ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / А.В. Ярхо. – Х., 2004. – 249 с.
7. Клюев Е.В. Речевая коммуникация : [учеб. пособ. для ун-тов и ин-тов] / Е.В. Клюев. – М., 2002. – 320 с.
8. Жалагина Т.А. Коммуникативный фокус в диалогическом событии / Т.А. Жалагина // *Языковое общение. Единицы и регулятивы*. – Калинин, 1987. – С. 107–115.

Мисягина И. М. Нерелевантность как тактика коммуникативной стратегии уклончивости

Аннотация. В статье подан обзор основных способов реализации тактики нерелевантности. Определена их частотность в англоязычном художественном дискурсе.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, способ уклончивости, нерелевантность, тактика частичного блокирования информации.

Misiagina I. Irrelevance as a tactics of communicative strategy of hedging

Summary. The review of key methods of realization of irrelevance is given in the article. Their frequency in Modern English Literary discourse is counted.

Key words: communicative strategy, communicative tactics, methods of hedging, irrelevance, tactics of partial blocking of information.