

*Місягіна І. М.,**кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри перекладу та філології
Університету Короля Данила*

РІВНІ ІНТЕРАКТИВНОЇ МОДЕЛІ СИТУАЦІЇ УХИЛЬНОСТІ

Анотація. У статті подано огляд інтерактивної моделі комунікативної ситуації реалізації ухильності. Ухильність можна розглядати на трьох рівнях: вербальному, когнітивно-інтерпретаційному та мотиваційно-прагматичному. На мотиваційно-прагматичному рівні визначено інтенції, мотиви, цілі і потреби мовця. Здійснено прагматичну інтерпретацію ухильного повідомлення із урахуванням особливостей прагматичного контексту. Визначено, що комунікативна стратегія ухильності втілюється під впливом загальних та комунікативних потреб. Іntenціями реалізації ухильності є намір адресанта уникнути відповіді на запитання повністю або частково. На когнітивно-інтерпретаційному рівні інтерактивну модель описано через процедуру когнітивного моделювання ухильного повідомлення адресантом та когнітивну інтерпретацію його змісту адресатом. На цьому етапі інтерактивна модель виступає як модель когнітивної обробки інформації у комунікативній ситуації ухильності, яка описує процедури розуміння та продукування ухильних висловлень комунікантами, а також вміщує фрейм УХИЛЬНІСТЬ як когнітивну структуру для представлення основних способів іменування ситуації реалізації ухильності. Визначено, що фрейм УХИЛЬНІСТЬ складається із двох субфреймів, 11 терміналів та 91 слота, заповненого авторськими метапредикатами для опису способів іменування ситуації реалізації комунікативної стратегії ухильності. На вербальному рівні висвітлено вербально-знакову форму ухильного повідомлення, яка визначається особливим вибором адресанта в певних ситуаційно-контекстних умовах із врахуванням параметрів адресата. Розглянуто маркери ухильності. Були визначені архісеми, тобто спільні семи в лексичному значенні кожної групи слів. Цими спільними семами є семи 'припущення', 'суб'єктивне судження', 'прогноз', 'враження', 'ймовірність', 'наближеність'.

Ключові слова: комунікативна стратегія, інтерактивна модель, комунікативна ситуація, вербальний рівень, когнітивно-інтерпретаційний рівень, мотиваційно-прагматичний рівень, фрейм, дієслова-дескриптори.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.

Інтерактивну модель комунікативної ситуації реалізації ухильності (ІМ КСТУ) можна розглядати на трьох рівнях: вербальному, когнітивно-інтерпретаційному та мотиваційно-прагматичному (див. Рис 1.).

Вербальний рівень характеризує вербально-знакову форму репрезентації повідомлення – текст, когнітивно-інтерпретаційний рівень пов'язаний зі смислами, що передаються та інтерпретуються, а мотиваційно-прагматичний – із взаємодією комунікантів у соціальному середовищі, співвідношенням їх цілей, стратегій та реакцій [1, с. 158].

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми. Під час дослідження ухильності враховувались напрацювання таких науковців, що базуються на сучасних лінгвістичних теоріях та теоретико-методологічних засадах когнітивної лінгвістики: Т.А. Ван Дейка [2], Ф. Джонсон-Лерд [3], А.А. Кібрік [4], Ж.В. Ніконової [5], Ч. Філлмора [6], Т.Є. Янко [7], М. Мінського [8]).

Метою статті є дослідити рівні інтерактивної моделі комунікативної ситуації реалізації ухильності: вербальний, когнітивно-інтерпретаційний та мотиваційно-прагматичний.

Виклад основного матеріалу дослідження. На мотиваційно-прагматичному рівні ІМ КСТУ зображує процес формування прагматичного каркасу ухильного повідомлення адресантом (формується прагматичний ланцюжок „потреба – мотив – інтенція – ціль”) та здійснення прагматичної інтерпретації ухильного повідомлення із урахуванням особливостей прагматичного контексту.

Під впливом ситуативно-контекстних параметрів та соціально-комунікативних норм адресант може обрати ухильність як спосіб, з одного боку, підтримання комунікації та демонстрації прагнення до кооперації, а з іншого, – уникнення надання інформації.

Важливим аспектом є знання адресантом ситуацій, у яких допускається або вимагається втілення ухильності (особливо, в умовах статусної або гендерної нерівності). Ефективна реалізація ухильності прямо залежить від рівня комунікативної компетенції адресанта: чим вищий рівень знань адресанта про правила та норми комунікації, тим швидше він зможе оцінити параметри ситуації та ефективніше ухилитись.

Мовленнєва діяльність, як і будь-яка інша діяльність, визначається потребами особистості, що втілюються в комунікативних інтенціях (намірах), в основі яких лежать мотиви – те, заради чого здійснюється комунікація.

Можна стверджувати, що КСУ (комунікативна стратегія ухильності) втілюється під впливом загальних та комунікативних потреб, основною з яких є інформаційна, спричинена намаганнями комунікантів отримати і приховати інформацію. Хоча варто зауважити, що маніпулятивна та контактостановлювальна потреби також можуть слугувати рушійною силою для реалізації КСУ.

Іntenціями реалізації КСУ є намір адресанта уникнути відповіді на запитання повністю або частково, уникнути буквальної відповіді (імпліцитна передача).

Імпліцитна передача інформації зумовлена загальним наміром мовця повідомити певну інформацію, проте передбачає відсутність у нього інтенції повідомити цю інформацію експліцитно (буквально, прямо) і присутність інтенції повідомити її імпліцитно (небуквально, непрямо). В умовах, коли буквальный зміст повідомлення не тотожний змісту виведеному



і мовець передбачає здатність слухача вивести із повідомлення імпліцитну інформацію, що в ньому міститься, імпліцитний спосіб передачі інформації унеможливує притягнення мовця до відповідальності за сказане та зменшує ризик пониження комунікативного статусу співрозмовників.

Уникнення мовцем відповіді на запитання повністю або частково означає відсутність наміру повідомити комунікативно значущу інформацію як експліцитно, так і імпліцитно, тобто йдеться вже не про небажання передавати інформацію в певній формі як у випадку імпліцитної передачі, а про повне небажання передавати необхідну комунікативно значущу інформацію.

Прагматична інтерпретація висловлень полягає у приписуванні їм певних ілюквативних сил. Ілюквативна сила висловлення встановлюється на основі інформації, отриманої із аналізу прагматичного контексту, тобто прагматична оцінка повідомлення здійснюється на основі контекстно-ситуаційних параметрів.

Прагматичний контекст визначається особливостями соціального контексту, внутрішньої структури співрозмовника (його знань, потреб, бажань, емоцій, почуттів тощо) та самоаналізу (аналіз своїх власних знань, потреб, установок тощо) [9]. Соціальні умови (влада, авторитет, ролі) як складники прагматичного контексту є когнітивно-зумовленими, оскільки „вони є релевантні лише тоді, коли учасники комунікації знають ці правила, здатні використовувати їх і можуть пов'язати свої інтерпретації того, що відбувається в комунікації, з цими „соціальними” характеристиками контексту”.

Інтерактивна модель комунікативної ситуації реалізації ухильності на *когнітивно-інтерпретаційному рівні* досліджується з позицій когнітивної лінгвістики. На цьому етапі інтерактивна модель виступає як модель когнітивної обробки інформації у КСТУ, яка описує процедури розуміння та продукування ухильних висловлень комунікантами, а також вміщує фрейм УХИЛЬНІСТЬ як когнітивну структуру для представлення основних способів іменування ситуації реалізації КСУ.

Процес розуміння / продукування ухильного висловлення комунікантом є складною та багатофазовою процедурою, яку можна представити у формі моделі когнітивної обробки інфор-

мації у КСТУ, побудованої на основі моделі розуміння зв'язного тексту Т. ван Дейка та В. Кінча [2].

Ухильність може реалізуватися адресантом на усіх етапах продукування повідомлення на стадії стратегічного управління текстовою базою за умови присутності в його пам'яті ситуаційних моделей реалізації ухильності (загальних у формі фреймів ухильності або часткових у формі особистого знання про ухильність).

Фрейм як когнітивна структура представлення даних у пам'яті комунікантів є одним з елементів моделі когнітивної обробки інформації, тому в межах дослідження необхідно розглянути фрейм УХИЛЬНІСТЬ, який є когнітивною структурою даних про способи іменування ситуації реалізації КСУ.

Ю.М. Караулов визначає фрейми як набори елементарних послідовних дій або процедур і зараховує їх до основних способів представлення знань [10, с. 191].

Фрейми вводяться в процес інтерпретації тексту внаслідок їх активації самим інтерпретатором. Активация фрейму відбувається в ситуації, коли інтерпретатор під час виявлення смислу фрагменту тексту приписує йому інтерпретацію, „помістивши зміст цього фрагменту в модель, яка відома незалежно від тексту” [6, с. 65]. Активация фрейму має місце тоді, коли певна мовна форма або модель асоціюється із цим фреймом.

Розглядаємо УХИЛЬНІСТЬ як фрейм із складною структурою, представлений системою субфреймів, терміналів та слотів, що описують різні способи іменування ситуації реалізації КСУ. Субфрейми ухильності є фреймами ієрархічно підпорядкованими фрейму УХИЛЬНІСТЬ, що розмежовують способи іменування ситуації реалізації КСУ на дві основні групи. Термінали в межах фрейму УХИЛЬНІСТЬ – це верхні рівні фрейму, що об'єднують групу слотів із однаковим компонентом значення на іменування ухильності. Слоти – нижні рівні фрейму УХИЛЬНІСТЬ – є пустими величинами, що заповнюються авторськими метапредикатами (дієсловами, що використовуються автором художнього твору для конкретного способу іменування ситуації реалізації комунікативної стратегії ухильності).

Методика побудови фрейму УХИЛЬНІСТЬ охоплює такі етапи: 1) пошук у тезаурусі (будова якого, згідно з твердженням

Ю.М. Караулова, відповідає фреймовій організації) тих дієслів, що представляють різні способи іменування ситуації реалізації ухильності (ключовим значенням пошуку стало дієслово „hedge”); 2) аналіз лексичного значення цих дієслів; 3) визначення субфреймів та терміналів ухильності, слоти яких заповнюються відповідними дієсловами-дескрипторами (авторськими метапредикатами).

Таким чином, фрейм УХИЛЬНІСТЬ складається із двох субфреймів, 11 терміналів та 91 слота, заповненого авторськими метапредикатами для опису способів іменування ситуації реалізації КСУ.

Фрейм УХИЛЬНІСТЬ сформований із субфреймів ПРИХОВУВАННЯ та СПОТВОРЕННЯ. Субфрейм ПРИХОВУВАННЯ вміщує термінали УНИКНЕННЯ ВІДПОВІДІ, ВІДВОЛКАННЯ, ІНАКОМОВЛЕННЯ, НАТЯКАННЯ, ВИБІРКОВІСТЬ, НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ. Субфрейм СПОТВОРЕННЯ містить термінали НЕПРАВДИВЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ, ПЕРЕКРУЧЕННЯ, ПРИКРАШЕННЯ, НАБЛИЖЕНІСТЬ та ПОМ'ЯКШЕННЯ.

Необхідно зауважити, що дієслова-дескриптори, які об'єктивують термінали, не становлять закінченого ряду. Поза межами аналізу залишилися дієслова, лексичне значення ухильності яких не є основним. До уваги бралися лише ті лексичні одиниці, основна ознака яких була „приховання” або „спотворення”.

Відбір авторських метапредикатів у корпусі здійснювався за лексичним значенням і розглядалися усі випадки їх вживання в різних граматичних формах. Суттєвим для аналізу було встановлення суб'єкта дії: оскільки комунікативна стратегія реалізується особистістю, то до уваги бралися ті випадки, коли суб'єктом дії була особа (активний стан дієслова).

Аналіз засвідчує 599 випадків іменування ситуації реалізації ухильності у сучасному англomовному художньому дискурсі за допомогою 37 авторських метапредикатів. 343 із них припадає на дієслова терміналу НАТЯКАННЯ (57,3%). Одними з найчисельніших були також такі способи іменування ситуації реалізації КСУ, як УНИКНЕННЯ ВІДПОВІДІ (15,2%), ВИБІРКОВІСТЬ (10,4%) та НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ (6,7%). Найменш чисельними виявились дієслова терміналів ІНАКОМОВЛЕННЯ (0,5%) та ПРИКРАШЕННЯ (0,5%). Не було зафіксовано жодного випадку іменування ситуації реалізації КСУ дієсловами терміналу НАБЛИЖЕНІСТЬ.

Найпоширенішими авторськими метапредикатами у структурі фрейму виявились дієслова hint (117), imply (108), suggest (89), avoid (59) та hide (46).

Дослідження сполучуваності авторських метапредикатів із іменниками на позначення об'єкту ухильності показало, що найчастіше вони вживались для іменування ухильності від запитання (question) (18,4%), приховування чогось (something) (11,7%), уникнення певної теми (issue) (7,4%) та перекозчення правди (truth) (7,4%).

Інтерактивна модель комунікативної ситуації реалізації ухильності на вербальному рівні характеризує вербально-знакову форму репрезентації ситуації – висловлення, яке реалізоване комунікантом з метою уникнення надання інформації. Воно характеризується особливим вибором та організацією засобів, які вживає мовець у КСТУ, тобто, іншими словами, є знаковою репрезентацією ІМ КСТУ.

Адресант під час реалізації ухильності чітко стежить за мовними засобами, які він вживає, оскільки саме мовні засоби

слугують тими „обмеженнями”, які допомагають йому подати інформацію неправильно, неадекватно, спотворено і при цьому уникнути відповідальності за сказане.

Отже, початковою стадією в дослідженні засобів вираження КС є аналіз значення слів. Самостійність значення слова підтверджена низкою психологічних, психолінгвістичних та нейрофізіологічних експериментів [11]. Пересічний носій мови може виокремити загальне значення слова навіть без звертання до контексту, у якому воно було вжите. Таким чином, аналіз значення слова є безперечно дієвим методом дослідження мовних засобів реалізації КСУ в нашій роботі, оскільки дає можливість виявити потенційно „ухильні” слова, які слугують вербально-знаковою формою відображення ІМ КСТУ.

Для аналізу структури лексичного значення потенційно „ухильних” слів у роботі був застосований компонентний аналіз, що дав можливість визначити семне наповнення лексики та здійснити типологію семантичних мікрокомпонентів, що вказують на реалізацію ухильності. Після проведення лексикографічної процедури компонентного аналізу для кожного слова був визначений перелік семантичних компонентів його лексичного значення. За характером виявлення у значенні усі визначені семи є експліцитними, тобто такими, що „представлені у значенні безпосередньо, явно, вони не містяться в будь-яких інших семах, наповнюють структуру значення, розміщуючись одна за одною” [11, с. 62]. На відміну від експліцитних, приховані семи містяться в інших семах як складники. Приховані семи наповнюють значення експліцитної семи і є ніби „інтегрованими” в сему.

У результаті проведеного аналізу лексики були визначені архісеми, тобто спільні семи в лексичному значенні кожної групи слів. Цими спільними семами є семи „припущення”, „суб'єктивне судження”, „прогноз”, „враження”, „ймовірність”, „наближеність”.

У процесі аналізу спостерігались певні труднощі у виявленні потенційно ухильних сем у архісемах найчисельніших груп лексики, оскільки, згідно зі словниковими дефініціями, не існує чіткої вказівки на ухильність у прихованих семах архісем „припущення” та „судження”. Видалось доцільним припинити аналіз після знайдення семи „неверифікованість”, тобто неможливість перевірки. Вважаємо, що ця сема також входить до семного складу словозначення „ухильний” на підставі його дефініції (hedge - to use reservations and qualifications in one's speech so as to avoid committing oneself to anything definite: cannot be committed – cannot be verified). Оскільки ця сема не є присутня експліцитно в дефініції словозначення „ухильний”, очевидно, вона є прихованою.

У межах вербального рівня досліджені так звані „потенційні маркери реалізації ухильності”, тобто лексика, що містить архісеми „припущення”, „суб'єктивне судження”, „прогноз”, „враження”, „можливість”, „наближеність”. Приховані семи, „інтегровані” у значення виокремлених архісем, названі „потенційно ухильними семами” і свідчать про те, що значення ухильності може передаватися навіть на лексичному рівні.

Висновки та перспективи дослідження. Інтерактивна модель комунікативної ситуації ухильності в сучасному англomовному художньому дискурсі розглядається на трьох рівнях: вербальному, когнітивно-інтерпретаційному та мотиваційно-прагматичному. На мотиваційно-прагматичному рівні інтерактивна модель описує прагматичні передумови реаліза-

ції стратегії ухильності: формування прагматичного каркасу ухильного повідомлення (формується прагматичний ланцюжок „потреба-мотив-інтенція-ціль”) та здійснюється прагматична інтерпретація ухильного повідомлення із урахуванням особливостей прагматичного контексту. На когнітивно-інтерпретаційному рівні ІМ КСТУ представляє процедуру когнітивного моделювання ухильного повідомлення адресантом та когнітивну інтерпретацію його змісту адресатом. На вербальному рівні ІМ КСТУ висвітлює вербально-знакову форму ухильного повідомлення, яка визначається особливим вибором адресанта в певних ситуаційно-контекстних умовах із врахуванням параметрів адресата.

Література:

1. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : моногр. уч. пособие. Київ, 2004. 336 с.
2. Дейк ван Т.А. Стратегии понимания связного текста. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1988. Вып. 23. С. 153–211.
3. Джонсон-Лэрд Ф. Процедурная семантика и психология значения. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 23. Москва : Прогресс, 1988. С.234–257.
4. Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу. *Вопросы языкознания*. 1994. № 5. С. 127–139.
5. Никонова Ж.В. Теория фреймов в аспекте лингвистических исследований. *Электронный Вестник ЦППК ФЛ*. Санкт-Петербург : Филологический факультет СПбГУ, 2006 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/freym-v-kontekste-lingvisticheskoy-nauki/viewer> (дата звернення: 4 квітня 2021 р)
6. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1988. Вып. 23. С. 52–92.
7. Янко Т.Е. Когнитивные стратегии в речи: коммуникативная структура русских интродуктивных предложений. *Вопросы языкознания*. М., 1994. № 6. С. 37–59.
8. Minsky M. A Framework for Representing Knowledge. MIT–AI Laboratory Memo 306, 1974 URL: <http://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html> (дата звернення: 19 січня 2022 р)
9. Дейк ван Т.А. *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва : Прогресс, 1989. 310 с.
10. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность : отв. ред. Д.Н. Шмелев. Москва : Наука, 1987. 261 с.
11. Тарасов Е.Ф. Социолингвистические проблемы теории речевой коммуникации. *Основы теории речевой деятельности*. Москва : Наука, 1974. С. 255–273.

Misiagina I. Levels of interactive model of hedging

Summary. Interactive model of hedging is analyzed in the article. Hedging can be interpreted on three levels: verbal, cognitive-interpretative and motivational-pragmatic. On the motivational-pragmatic level, the intentions, motives, goals and needs of the speakers in the communicative situation of hedging were determined. A hedging message was interpreted through the specifics of its pragmatic context. A communicative strategy of hedging is impacted by general and communicative needs. The aim of the addresser to avoid giving answer partially or fully is the key intention of hedging. On the cognitive-interpretative level, the interactive model of hedging is described through the procedure of cognitive modeling of a hedging message by the addresser and its cognitive interpretation by the addressee. On this stage the interactive model of hedging functions as a model of cognitive processing of information in the communicative situation of hedging which describes the procedures of understanding and producing hedging statements by speakers. Also, frame HEDGING is described as a cognitive structure for presenting key methods of naming the communicative situation of hedging. It was analyzed that frame HEDGING contains two subframes, 11 terminals and 91 slots, which include authors' metapredicates to describe the methods of naming the communicative situation of hedging. On the verbal level, the verbal form of a hedging statement is described. It is defined by a particular choice of the addresser in certain situational and contextual conditions, taking into account the addressee's parameters. Hedging markers are examined in the article. Archisemes as common semes in the lexical meaning of words were defined. These common semes are semes of 'assumption', 'subjective judgement', 'forecast', 'impression', 'probability', 'approximation'.

Key words: communicative strategy, interactive model, communicative situation, verbal level, cognitive-interpretative level, motivational-pragmatic level, frame, verbs-descriptors.