

**Загальні характеристики дискурсу спокуси
(на матеріалі телевізійного серіалу «Desperate Housewives»)**

Дискурс є складним багатоплановим феноменом, що перебуває у центрі сучасної гуманітарної науки у цілому і лінгвістики зокрема. Вивченню цього явища присвячено чималу кількість наукових праць таких відомих дослідників, як Н. Арутюнова, А. Блекледж, М. Бахтін, Л. Вежбицька, Р. Водак, В. Дем'янков, Т. Ван Дейк, Ю. Караулов, Г. Почепцов, Н. Фейрклоу та ін.

Нами розглядається дискурс спокуси, який до тепер не був об'єктом лінгвістичного дослідження, за винятком поодиноких спроб Аурела Кодобана, Ріти Цісері, Десмонда Моріса та Жана Бодрійяра у філософії.

Дискурс спокуси – це комунікативна подія, що визначається як стратегічна і навмисна послідовність ходів, в яких основним мотивом є зваблення (як правило, статеве) іншої особи.

Релігії спокуса представлялась диявольськими хитрощами з чаклунськими або приворотними цілями. І це прокляття, накладене релігією на спокусу, без змін сприймається мораллю і філософією, а нині підхоплюється психоаналізом і дискурсом "звільняючого бажання". Може здатися парадоксальним, що сьогодні, коли так виріс попит на секс, на зло, коли все коли-небудь прокляте відроджується, спокуса все також, як і раніше, залишається в тіні, а то і зовсім огортається мороком [1].

Спокуса являє велику спритність. Їй немає потреби доводити і показувати себе, немає потреби себе обґрунтовувати – вона позначається безпосередньо в перевертанні будь-якої уявної глибини реального, психології, анатомії, істини, влади.

Етимологія латинського дієслова "seducere" (яке складається із *sed* «поділ» і *ducere* «приводити до», яке по-німецьки виходить як *Verführung* - зваблювання) показує, що слово приймає різні значення

протягом століть і вказує на різноманітні і додаткові аспекти спокуси [2].

Негативне значення цього слова – "збити з правильної дороги", тобто обдурити іншу людину. У літературі, починаючи від класичної трагедії до декадентства, спокуса вважається непереборною силою, пасткою, яка була здатна привести людину на невірний шлях. Картина розподіляється на спокусника, мисливця, холодного і байдужого до почуття інших людей, і жертву спокусника, здобич і жертву своїх власних почуттів. Перший управляється головою, а другий серцем. Спокуса в комунікації це місця і засоби, які використовуються для створення пастки. Інше значення слова "seducere" це "бути веденим."

У більш широкому сенсі слово "спокуса" вказує на форму поведінки комунікативної стратегії. Залишаючи в стороні відтінок, який найбільше пов'язаний з відносинами між двома статями, сьогодні термін "спокуса" означає суміш відносин і механізмів, які використовуються для того, щоб вийти з тіні та бути поміченим і вибраним.

У цьому сенсі спокуса працює у всіх соціальних сферах і контекстах, від приватних відносин до державної економіки, політики, засобів масової інформації та преси. Спокуса в комунікації має багато спільного із створенням і підтриманням образу, який повинен бути відповідно привабливим, щоб отримати бажане [10].

Спокуса в комунікації являє собою складну задачу для серця і для розуму. Вона використовується як планова, раціональна стратегія і закликає до дії, коли є емоційна залученість зі сторони спокусника. Різна кількість цих двох компонентів буде залежати від спокусника, його цілей, як далеко він хоче зайти і як багато поставлено на карту.

У зв'язку з останніми досягненнями в галузі психології та інтимної поведінки, висвітленими вченими Хьюз [4], Діндіа [9], Гівенса [3] і біо-соціальною моделлю, запропонованою Кендріком і Тростом [7], спокуса може бути визначена як стратегічна і навмисна послідовність ходів, в яких основним мотивом є залучення (як правило, статеве) іншої особи (зазвичай протилежної статі). Головна мета спокуси полягає в побудові інтригуючого зв'язку між партнерами з метою

досягнення інтимних відносин. В рамках цієї точки зору ми могли б описати спокусу як приурочений потік взаємодій, який характеризується різними «кроками» або фазами розгортання, так як це описано Морісом [5].

Як показано на рисунку 1.1, відправна точка процесу спокуси – це вибір привабливого партнера, основується на потязі та зацікавленості (перший етап). Тоді суб'єкт, спрямований на встановлення контакту з потенційним партнером, використовує стратегію демонстрації, щоб привернути його або її увагу (другий етап). Далі суб'єкт намагається оцінити більш реально ступінь зацікавленості і привабливості, який він відчуває по відношенню до партнера (третій крок). Нарешті, процес спокуси переходить у фазу взаємного підходу з метою встановлення близьких відносин між партнерами шляхом поступового зниження рівня невизначеності (четвертий етап). Вся послідовність закінчується рішенням підтримувати стійкий зв'язок (п'ятий етап).

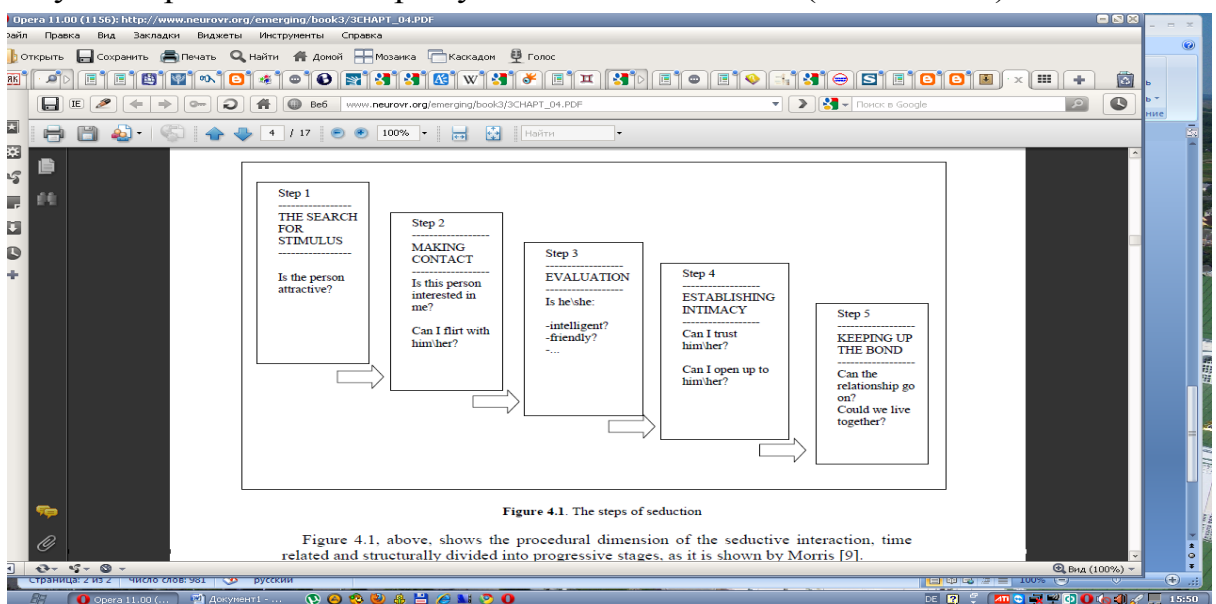


Рис. 1. 1. Кроки спокуси

Рисунок 1.1 показує процес процедури взаємодії у спокусі, часове відношення, яке структурно розділено на послідовні стадії, як це відображено Морісом [6].

Така сегментація дозволяє виділити і проаналізувати наміри, стратегії і комунікативну поведінку на кожному етапі, також описати та проаналізувати спокусу в комунікації.

Наведемо приклад, у якому спокуса виступає як засіб, а не як безпосередня мета. Розглянемо приклад комунікативної ситуації із використанням **тактик лестощів та розгляду інформації під новим кутом зору**. Маніпулятором у даному діалозі виступає Габріель, яка представилась як Тіна, а адресатом – багатій.

[INT – Posh Restaurant – Day]

(Gabrielle and the older man are now sitting together at her table, and they are sharing a bottle of wine)

Gabrielle (flirting): So let me get this straight. You play tennis. You know wine. And you speak mandarin. Does every other man in the world want you dead?

Rich Man: (laughs) I'm not that impressive. I pulled a grey hair out of my chest this morning.

Gabrielle: Ha ha. I don't know. I'd watch your back.

Rich Man: (looks Gabrielle up and down) You know, I've really enjoyed talking to you. You uh, well you've made my day. I was thinking if you'd like to get together again.

Gabrielle: Well Sam, to tell the truth, I'm kind of in a relationship at the moment. I just wanted to be honest.

(Gabrielle reaches for his hand)

Rich Man: That's perfectly okay, Tina. (places his other hand on top of hers) By the way, this is on me.

Gabrielle: Oh no, you shouldn't (fake protestations).

Rich Man: Please. It's my pleasure [8]".

(He hands the bill and his card to the waiter, who looks at it unbelievably. He makes accusing eyes at Gabrielle, who looks back at him with a mix of 'what?' and 'say something I dare you'. The waiter walks away without saying anything).

Маніпулятор перебуває у скрутному матеріальному становищі. Її чоловік знаходиться за ґратами, а їх рахунки заморожені. Адресант використовує тактику лестощів, вона фліртує з адресатом. (“*So let me get this straight. You play tennis. You know wine. And you speak mandarin. Does every other man in the world want you dead*”)? Реципієнту приємно, але він применшує свої достоїнства. (“*I'm not that impressive.*

I pulled a grey hair out of my chest this morning”). Маніпулятор вдається до натяку. (“*Ha ha. I don't know. I'd watch your back*”). Адресант висловлює своє задоволення. (“*You know, I've really enjoyed talking to you. You uh, well you've made my day. I was thinking if you'd like to get together again*”). Маніпулятор активує тактику розгляду інформації під новим кутом зору і прикидається чесною. (“*Well Sam, to tell the truth, I'm kind of in a relationship at the moment. I just wanted to be honest*”). Адресант не має нічого проти. А хоче проявити увагу до адресанта і заплатити за рахунок (“*That's perfectly okay, Tina. (places his other hand on top of hers) By the way, this is on me*”). Маніпулятор заперечує. (“*Oh no, you shouldn't*”). Реципієнт просить йому дозволити розрахуватись, для нього це задоволення. (“*Please. It's my pleasure*”). Адресант досягла успіху. Наведений приклад дає можливість стверджувати, що тактики, обрані адресантом, ефективно досягають маніпулятивної мети.

В подальшому планується розробка класифікації стратегій і тактик маніпуляції, які застосовуються в персонажному мовленні англomовного дискурсу спокуси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Бодрийяр Ж. Соблазн. – М.: Ad Marginem. Москва, 2000. – 318с.
2. Ciceri R. Seductive Communication: Paradoxical Exhibition, Obliquity and Non Verbal Synchronization [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.neurovr.org/emerging/book3/3ЧАПТ_04.PDF
3. D. B. Givens, The nonverbal basis of attraction: Flirtation, courtship, and seduction. *Psychiatry* 41, 1978. – P. 346-359.
4. D. E. Hewes, The cognitive bases of interpersonal communication. Hillsdale: Erlbaum, 1995. – 260 p.
5. D. Morris, Manwatching: A field to human behavior. London: Triad Panther, 1978. – 264 p.
6. D. Morris, The human sexes: A natural history of man and woman. London: Network Books, 1997. – 271 p.

7. D. T. Kendrick, and M. R. Trost, A biosocial theory of heterosexual relationships, in: Females, males and sexuality: Theories and research, K. Kelley, Ed. Albany: State University of New York Press. – P. 149 -169.

8. Desperate Housewives [Электроний ресурс]. – Режим доступа: http://www.sidereel.com/Desperate_Housewives

9. K. Dindia, Sex differences in self-disclosure, reciprocity of self-disclosure, and self-disclosure and liking: Three meta-analyses reviewed, in: Balancing the secrets of private disclosures. LEA's communication series, S. Petronio, Ed. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2000. – P. 21-35.

10. R. E. Taylor, M. G. Hoy, and E. Haley, How French advertising professionals develop creative strategy. Journal of Advertising 25, 1996. – P. 1-14.