

ОНТОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ СПОКУСИ

У статті розглянуто характеристики комунікативної ситуації спокуси, окреслено її структурні особливості та визначено обсяг поняття "спокуси". Встановлено, що спокуси є різновидом мисленнєво-комунікативної діяльності, яка спрямована на досягнення певних цілей шляхом прямої та/або непрямой демонстрації сепдуктивного атрактора з метою збудження актуальних потреб. Прагнення задовольнити негайні потреби уможливорює сепдуктивний вплив на бенефіціанта. Виокремлено сепдуктивні атрактори матеріального, соціального та сексуального характеру, що спрямовані на збудження нижчих та вищих потреб.

Сучасне мовознавство приділяє особливу увагу умовам, в яких перебігає акт спілкування, що і робить нашу розвідку актуальною. Сьогодні різноманітні аспекти комунікативної ситуації виступають об'єктом лінгвістичних досліджень (наприклад, комунікативні ситуації спонукання-реакція [1], обурення [2], вибачення [3], відчуження [4], непорозуміння [5], флірт [6], виправдання [7], домінування [8], освідчення в коханні [9], примирення [10], побутовий конфлікт [11], конфлікт [12]). Незважаючи на детальне вивчення комунікативних ситуацій, комунікативна ситуація спокуси поки не набула достатньої уваги з боку лінгвістів, що і визначає **актуальність нашого дослідження. Метою даної статті є виявлення онтологічних характеристик комунікативної ситуації спокуси.**

Поняття комунікативної ситуації є одним із центральних у сучасному мовознавстві, проте не існує його загально прийнятого значення. З одного боку, комунікативна ситуація завжди конкретна й неповторна, а з іншого – виступає як варіант якогось типу, точніше – ряду типів комунікативних ситуацій [13: 27].

Зазвичай, комунікативними ситуаціями називають такі, які мовець здійснює відповідно до мети, мотивів і завдань мовленнєвого спілкування та згідно із соціальними і культурними нормами мовленнєвої поведінки, прийнятими у певному соціокультурному середовищі та наближеними до реальності [14: 10].

Услід за І. Є. Фроловою [12: 51], *під комунікативною ситуацією ми розуміємо* єдність об'єктивного й суб'єктивного, лінгвального й позалінгвального планів. Природа комунікативної ситуації дозволяє поглянути на неї у двох аспектах: *процесуальному*, або *континуальному*, що демонструє зв'язки між фізичним / соціальним світом, внутрішнім світом індивідів і мовленням; *результативному*, або *дискретному*, котрий виявляє набір / характеристики / взаємозв'язки ситуаційних (вербальних і позавербальних) складників, релевантних для сприйняття певної конфігурації як типового зразка.

Розглядаючи комунікативну ситуацію спокуси, необхідно, перш за все, визначити суть поняття спокуси. Спочатку іменник "спокуси" skándalon і дієслово "спокусити" skandalídžō зустрічається в грецькій мові. У дієслова skandalídžō було значення "робити так, щоб хто-небудь оступився". Грецьке слово "спокуси" було запозичено у пізню латинь – scandalum "спокуси, камінь спотикання". Слово *seduction* прийшло до англійської мови від латинського слова "seductionem (nom. seductio)". Слово *seduction* увійшло до англійської мови і через французьке слово "séduction" (1520-ті роки (початок XVIст.). Латинське слово "scandalum" дало також німецьке "Skandal", іспанське "escandalo", італійське "scandalo". В основі поняття спокуси лежить уявлення про певну перешкоду на шляху, що зупиняє або призводить до падіння. Спочатку слово *seduction* використовувалося з посиланням на дії або переконання; у сексуальному плані почало використовуватися від 1769 [15].

Звернемося до сучасних англійських словників. Дефініційний аналіз лексеми "seduction" базується на порівнянні значень, поданих у 22 англійських словниках (табл.1.1., 1.2.).

Таблиця 1.1.

Дефініційний аналіз значення лексеми "seduction"

Компонент лексичного значення	I*	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	Ω
1. the act of seducing (or the state of being seduced)	+	–	+	+	+	–	–	+	+	+	+	8
2. the condition of being seduced	+	–	–	–	+	–	–	–	–	+	+	4
3. smth that seducers or has the qualities to seduce; enticement	+	–	–	–	–	–	–	+	–	+	–	3

4. the attractive quality of smth	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	2
5. the process and act of persuading or convincing someone to do smth, often sexual (especially for the first time; against his or her wish; with someone older or more experienced)	-	+	-	-	-	+	+	+	-	-	-	4
6. a means of seduction (temptation; enticement)	-	-	+	-	+	-	-	-	-	+	-	3
7. smth that strongly attracts people, but often has a bad effect on their lives, enticing someone astray from right behavior (as the seduction of money, wealth)	-	+	-	-	-	+	+	+	-	+	-	5
8. an act of winning the love or sexual favor of someone	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	1
9. the fine art of manipulating people based on physical attraction and desire	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

Таблиця 1.2.

Дефініційний аналіз значення лексики "seduction"

Компонент лексичного значення	XII	XIII	XIV	XV	XVI	XVII	XVIII	XIX	XX	XXI	XXII	Ω	Ω
1. the act of seducing (or the state of being seduced)	-	+	+	+	+	+	-	-	+	+	-	7	15
2. the condition of being seduced	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	3	7
3. smth that seduces or has the qualities to seduce; enticement	-	-	+	+	-	-	-	+	-	-	-	3	6
4. the attractive quality of smth	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2
5. the process and act of persuading or convincing someone to do smth, often sexual (especially for the first time; against his or her wish; with someone older or more experienced)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	4
6. a means of seduction (temptation; enticement)	+	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	3	6
7. smth that strongly attracts people, but often has a bad effect on their lives, enticing someone astray from right behavior (as the seduction of money, wealth)	+	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	6	11
8. an act of winning the love or sexual favor of someone	+	-	-	-	-	-	+	-	-	-	+	3	4
9. the fine art of manipulating people based on physical attraction and desire	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1

Шляхом суспільної вибірки ми склали загальне визначення лексеми спокуси "seduction", що найчастіше повторюється в 22 словниках.

Отже, спокуси визначається як: акт спокушання (або стан, коли тебе спокушають); те, що сильно привертає людей, але часто погано позначається на їхньому житті, зваблювання від правильної поведінки (спокушання грошима); умова для спокушання; те, що спокушає, або спрямовано, щоб спокусити; засіб спокушання, зваблювання, ваба, приманка; процес або стан переконання когось зробити щось, як правило сексуальне (особливо вперше, проти власного бажання, з кимось старшим або більш досвідченішим); акт завоювання любові або сексуальної прихильності когось; приваблива якість чого-небудь; мистецтво маніпулювання людьми на основі фізичного потягу і бажання.

Зважаючи на усе вищевказане, ми вважаємо за доцільне визначити спокуси як різновид мисленнєво-комунікативної діяльності, яка спрямована на досягнення певної мети шляхом прямої/непрямої демонстрації седукутивного атрактора з метою збудження актуальних потреб, що у свою чергу уможливорює седукутивний вплив на бенефіціанта.

Ми виокремлюємо наступні компоненти комунікативної ситуації спокуси: 1) двох, як мінімум, партнерів по спілкуванню: адресанта (людини, яка спокушає) і адресата (тієї людини, на яку спрямована спокуси); 2) приманки (потенційної/реальної); 3) цілі спілкування; 4) комунікативних обставин; 5) вербального і/або невербального вираження комунікативних інтенцій співрозмовників.

Розглянуті структурні компоненти ситуації спокуси знаходяться між собою у відносинах взаємовпливу і взаємозалежності. Найважливішими компонентами досліджуваної ситуації є адресант та адресат як мовні особистості – носії певних знань і уявлень. Адресант знаходиться у центрі комунікативної ситуації. Він є активним, домінуючим, впевненим, виступає у ролі нападника. Мішенню впливу адресанта є наявна потреба адресата. Комунікативну ситуацію спокуси можна вважати агресивною з огляду на розуміння агресії як вторгнення в особистий простір, думки. Виходячи з цього, адресант може розглядатись як агресор. Адресат, в свою чергу, виступає пасивним, невпевненим; визначається як жертва; долає власний встановлений бар'єр у вигляді принципів, життєвих та релігійних переконань; захищається, опирається. У комунікативній ситуації спокуси адресант та адресат виконують ролі, вступають у соціальну гру.

На сам факт виникнення ситуації спокуси впливає приманка (атрактор). Виокремлюємо такі типи приманки: матеріальна, соціальна, сексуальна. Вона націлена на задоволення нижчих та вищих потреб. Розглянемо можливі способи демонстрації приманки: 1) вона може бути реальною або можливою, може демонструватися як пряма/непряма або у вигляді натяку; 2) величина приманки впливає на адресата, так як вона спрямована на його наявні потреби; 3) атрактор (приманка) пов'язан з обіцянкою та гарантією; 4) приманка (її необхідність, краса і привабливість) впливає на адресата і визначає характер його реакції на мовні дії адресанта; 5) використання приманки залежить від обставин, міжособистісних та статусних характеристик.

Розвиток комунікативної ситуації спокуси залежить від стабільних і ситуативних чинників спокуси. Можна виокремити загальний та конкретний контекст ситуації спокуси. До загального контексту відносяться гроші, любов, релігія, а до конкретного – конкретна ситуація спокуси. Комунікативна ситуація спокуси може бути підготовлена або спонтанна, але виглядає і розглядається як спонтанна. Перспективу подальших досліджень становить вивчення прагматичного та когнітивного аспектів явища спокуси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Буторина Г. Г. Коммуникативная ситуация "побуждение - реакция" в современной англоязычной речи (на материале диалогов в английской и американской прозе XX века): автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 – германские языки / Г. Г. Буторина. – М., 1993. – 16 с.
2. Чапаева Е. О. Коммуникативная ситуация возмущения: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.19 – теория языка / Е. О. Чапаева. – Бурят. гос. ун-т. – Улан-Удэ, 2010. – 24 с.
3. Туфанова Ю. В. Коммуникативная ситуация извинения: когнитивно-прагматический подход: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 – теория языка / Ю. В. Туфанова. – Иркут. гос. лингвист. ун-т. – Иркутск, 2010. – 16 с.
4. Косова О. А. Коммуникативная ситуация отчуждения: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.19 – теория языка / О. А. Косова. – Иркут. гос. лингвист. ун-т. – Иркутск, 2010. – 17 с.
5. Шенбергер И. И. Коммуникативная ситуация недоразумения в межкультурном и внутрикультурном дискурсе (на примере русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / И. И. Шенбергер. – Том. гос. пед. ун-т. – Новосибирск, 2010. – 23 с.
6. Дьяконова І. Л. Жанрові та дискурсивні особливості комунікативної ситуації флірт (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 – германські мови / І. Л. Дьяконова. – Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, ін-тут філології. – Київ, 2012. – 21 с.
7. Корольов І. Р. Комунікативна ситуація "виправдання": функціонально-прагматичний та лінгвокультурний аспекти (на матеріалі української, російської та англійської художньої прози): автореф. дис. на здобуття

- наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.15 – загальне мовознавство / І. Р. Корольов. – Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, інститут філології. – Київ, 2008. – 19 с.
8. Барташева Г. І. Взаємодія невербальних та вербальних компонентів ситуації комунікативного домінування в англomовному дискурсі: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук: спец. 10.02.04 – германські мови / Г. І. Барташева. – Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2004. – 20 с.
 9. Кушнір Н. О. Вербалізація чуттєвих інтенцій у російському діалогічному мовленні (на матеріалі комунікативної ситуації "Освідчення в коханні"): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.02 – російська мова / Н. О. Кушнір. – КНУТШ. – Київ, 2005. – 15 с.
 10. Божко Г. П. Мовленнєві тактики в репертуарі російської мовної особистості (на матеріалі комунікативної ситуації "примирення"): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.02 – російська мова / Г. П. Божко. – КНУТШ. Ін-тут філології. – Київ, 2003. – 16 с.
 11. Волкова О. С. Прагмалінгвістическія особенности межличностного общения в коммуникативной ситуации "бытовой конфликт" (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 – германские языки / О. С. Волкова. – Волгоград, 2009. – 22 с.
 12. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі: Монографія / І. Є. Фролова. – Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2009. – 344 с.
 13. Кравченко Ю. Є. Поняття тексту й дискурсу в аспекті комунікативної ситуації // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Лінгвістика": Збірник наукових праць. Випуск IX. – Херсон: Видавництво ХДУ, 2009. – С. 26-29.
 14. Зимняя И. А. Лингвopsихология речевой деятельности / Ирина Алексеевна Зимняя. – М.: Московский психолого-социальный ин-т; Воронеж: Изд-во НПО "Модек", 2001. – 432 с.
 15. Etymology Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.etymonline.com/index.phpallowed_in_frame=0&search=seduction

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Butorina G. G. Kommunikativnay situaciya "pobuzhdenie-reakciya" v sovremennoj angloyazychnoj rechi (na materiale dialogov v anglijskoj i amerikanskoj prose XX veka): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: spec. 10.02.04 – germanskije yazyki / G. G. Butorina. – M., 1993. – 16 s.
2. Chapaeva E. O. Kommunikativnaya situaciya vozmuscheniya: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: spec. 10.02.19 – teoriya yazyka / E. O. Chapaeva. – Buryat. gos. un.-t. – Ulan-Ude, 2010. – 24 s.
3. Tufanova Ju. V. Kommunikativnay situaciya izvineniya: kognitivno-pragmaticheskij podhod: avtoref. dis. Na soiskanie uch. Stepeni kand. filol. nauk: spec. 10.02.19 – teoriya yazyka / Ju. V. Tufanova. – Irkut. gos. lingvist. un.-t. – Irkutsk, 2010. – 16 s.
4. Kosova O. A. Kommunikativnay situaciya otchuzhdeniya: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: spec. 10.02.19 – teoriya yazyka / O. A. Kosova. – Irkut. gos. lingvist. un.-t. – Irkutsk, 2010. – 17 s.
5. Shenberger I. I. Kommunikativnay situaciya nedorazumeniya v mezkulturnom i vnutrikul'turnom diskurse (na primere russkogo i nemeckogo yazykov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: spec. 10.02.20 – sravnitel'no-istoricheskoe, tipologicheskoe i sopostavitel'noe yazykoznanie / I. I. Shenberger. – Tom. Gos. Ped. Un.-t. – Novosibirsk, 2010. – 23 s.
6. D'yakonova I. L. Zhanrovi ta diskursivni osoblyvosti kommunikativnoj situacij flirt (na materiali suchasnoj anglijs'koj movy): avtoref. ... kand. filol. nauk: spec. 10.02.04 – germans'ki movy / I. L. D'yakonova. – Kyjvs'kyj nac. un-t. im. T. Shevchenka, in-tut filologij. – Kyjv, 2012. – 21 s.
7. Korol'ov I. R. Kommunikativna sytuaciya "vupravdannya": funkcional'no-pragmatychnyj ta lingvokul'turnyj aspekty (na materiali ukrajns'koj, rosijs'koj ta anglijskoj hudozhn'oj prosy): avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk: spec. 10.02.15 – zagal'ne movoznavstvo / I. R. Korol'ov. – Kyjvs'kyj nac. un-t. im. T. Shevchenka, in-tut filologij. – Kyjv, 2008. – 19 s.
8. Bartasheva G. I. Vzayemodij neverbal'nyh ta verbal'nyh komponentiv sytuacij komunikativnogo dominuvannya v anglomovnomu dyskursi: avtoref. dys. na zdob. nauk. stup. kand. filol. nauk: spec. 10.02.04 – germans'ki movy / G. I. Bartasheva. – Hark. nac. un-t im. V. N. Karazina. – H., 2004. – 20 s.
9. Kushnir N. O. Verbalizaciya chuttevyyh intencij u rosijs'komu dialogichnomu movlenni (na materiali kommunikativnoj situacij "Osvidchennya v kohanni"): avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk: spec. 10.02.02 – rosijs'ka mova / N. O. Kushnir. – KNTUSH. – Kyjv, 2005. – 15 s.
10. Bozhko G. P. Movlennevi taktyky v repertuari rosijs'koj movnoj osobystosti (na materiali kommunikativnoj situacij "prymyrennya"): avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: spec. 10.02.02 – rosijs'ka mova / G. P. Bozhko. – KNTUSH. In-tut filologij. – Kyjv, 2003. – 16 s.
11. Volkova O. S. Pragmalingvisticheske osobennosti mezhlichnostnogo obscheniya v kommunikativnoj situacii "bytovoj konflikt" (na material anglijskogo yazyka): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: spec. 10.02.04 – germanskije yazyki / O. S. Volkova. – Volgograd, 2009. – 22 s.
12. Frolova I. Ye. Strategiya konfrontacij v anglomovnomy dyskursi: Monografiya. – H.: HNU imeni V. N. Karazina, 2009. – 344 s.
13. Kravchenko Ye. Ie. Ponyattya teksty j dyskursu v aspekti komunikativnoj sytuacij // Naukovyj visnyk Hersons'kogo derzhavnogo universytetu. Seriya "Lingvistyka": Zbirnyk naukovykh prac'. Vypusk IX. – Herson: Vydavnuctvo HDU, 2009. – S. 26-29.
14. Zimnyaya I. A. Lingvopsihologiya rechevoj deyatel'nosti / Iryna Alekseevna Zimnyaya. – M.: Moskovskij psihologo-socyal'nyj in-t; Voronezh : Izd-vo NPO "Moдек", 2001. – 432 s.
15. Etymology Dictionary [Elektronnij resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.etymonline.com/index.phpallowed_in_frame=0&search=seduction

Матеріал надійшов до редакції 30.05. 2013 р.

Матушевская Н. В. Онтологические характеристики коммуникативной ситуации соблазна.

В статье рассмотрены характеристики коммуникативной ситуации соблазна, очерчены ее структурные особенности и определен объем понятия "соблазн". Установлено, что соблазн является разновидностью мыслительно-коммуникативной деятельности, направленной на достижение определенных целей путем прямой и / или косвенной демонстрации седуктивного аттрактора с целью возбуждения актуальных потребностей. Стремление удовлетворить немедленные потребности осуществляет седуктивное влияние на бенефицианта. Выделены седуктивные аттракторы материального, социального и сексуального характера, направленные на возбуждение низших и высших потребностей.

Matushevskaya N. V. Ontological Characteristics of Communicative Situations of Seduction.

The article deals with the characteristics of the communicative of situation seduction. Its structural characteristics are outlined and the extension of "seduction" is defined. It is established that seduction is a kind of mental and communicative activities aimed at achieving certain objectives through direct and / or indirect demonstration of a seductive attractor aimed at the excitation of current needs. The desire to satisfy immediate needs effects seductive impact on a beneficiaries. Seductive attractors of financial, social or sexual nature aimed at stimulation of the lower and higher needs are singled out.