

КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВЛЕННЕВОГО ЖАНРУ ПОРАДИ

Упродовж усього життя людина перебуває у сфері спілкування, підсвідомо використовуючи ті чи інші комунікативні технології. На цьому ґрунті сформувалась і активно розвивається нова галузь гуманітарного знання – теорія комунікації, важливою складовою якої є комунікативна лінгвістика, у центрі якої перебуває людина, що говорить, та засоби природної мови, які реалізуються у процесах міжособистісного спілкування.

Об'єктами дослідження комунікативної лінгвістики виступають мовленнєві акти, мовленнєві жанри та дискурси.

Мовленнєвий акт – цілеспрямована дія, яка реалізується відповідно до принципів і правил мовленнєвої поведінки, прийнятих у суспільстві; це найменша складова дискурсу, що формує його не прямо, а завдяки мовленнєвому жанру, в якому втілюються людський і конситуативний чинники спілкування. **Мовленнєвий жанр** – тематично, композиційно й стилістично усталені типи повідомлень – носіїв мовленнєвих актів, об'єднаних метою спілкування, задумом мовця з урахуванням особистості адресата, контексту і ситуації спілкування. **Дискурс** – 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 чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів.

В системі мовленнєвих жанрів української комунікації актуалізується порада. Вона може складатись із одного чи кількох мовленнєвих актів, що об'єднані метою мовця спонукати слухача до виконання/невиконання певних дій. Наприклад:

– *Моя тобі порада: дай їй грошей, посади на потяг і – вперед.* (Марина та Сергій Дяченки)

– *Ти, головне, нічому не дивуйся і не пручайся. Просто сиди, слухай, усміхайся. Словом, не будь провінційною дурепою! Запропонує сигарету – не відмовляйся. Від витівки, звичайно, теж.* (І. Роздобудько)

Комунікація носить діяльнісний характер, оскільки у ній беруть участь суб'єкти процесу, які виступають зі своїми проблемами, цілями та мотивами.

Джерелом комунікативних потреб є взаємна необхідність людей у втіленні певних бажань шляхом спілкування. Ці комунікативні потреби реалізуються в **комунікативній інтенції**, осмисленому чи інтуїтивному намірі адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення та спосіб її втілення. Маючи ту чи іншу інтенцію, мовець здійснює контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації, тобто обирає **стратегію мовленнєвого спілкування**, оптимальну реалізацію своїх інтенцій щодо досягнення поставленої мети спілкування. Стратегії спілкування залежать від багатьох прагматичних чинників і передбачають певну комунікативну тактику. **Комунікативна тактика** – визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети.

Процес комунікації може бути ефективним лише при умові правильного вибору тактик спілкування для досягнення бажаної комунікативної мети. Якщо комунікативні стратегії передбачають загальний розвиток діалогу, то тактики демонструють реалізацію цієї стратегії на кожному етапі спілкування. Комунікативні тактики можуть складатися як з одного, так і з кількох висловлень і реалізуються у мовленнєвих жанрах засобом мовленнєвих актів. У складі мовленнєвого жанру мовець застосовує кілька тактик, одна з яких є основною (у нашому випадку це тактика поради) і може бути вираженою прямо чи непрямо. Супровідні тактики вживаються для того, щоб покращити процес реалізації основної.

Побудова тактик та їхня реалізація в мовленнєвому жанрі поради значною мірою залежать від рівня знайомства комунікантів, ситуації, в якій вони перебувають, соціальних та інших чинників.

Метою статті є виокремлення та визначення особливостей комунікативних тактик, що використовуються при реалізації поради як мовленнєвого жанру.

Розгляд зразків мовленнєвих ситуацій у художній літературі дозволяє виділити типові для мовленнєвого жанру поради мовленнєві тактики. Цілком очікувано найпоширенішим при пораді є пряме спонукання:

– *Лежи, лежи, не вставай, – крутився вужем. – Зараз бабів гукну, хай з онуком бавляться, а ти сил набирайся...* (Л. Дашвар)

Мовними маркерами при мовленнєвому жанрі поради є спонукальні форми дієслова та різні форми дієслова «радити».

– Але **раджу** вам іще раз добре подумати, навіщо ви це робите... (І.Роздобудько)

– Ніколи не рано думати про завтра. Боятися Бога за щось друге треба, а не за це. Так що й вам **радо**: купуйте рушники, поки є, бо може не бути... (М. Матіос)

Окрім прямого спонукання, що виражається у мові спонукальними конструкціями, при пораді застосовують і непрямі тактики. Їх реалізують мовленнєві акти, оформлені реченнями з присудковими оптативними формами, складнопідрядними реченнями умови та питальними конструкціями.

– Доню, а **чому б** тобі **не намалювати** йому ще й машину? Твоє море подорожувало б на ній по всьому світі. Ось і я приїхав сюди на власному авті. (С. Майданська)

– У такому разі тобі **пора б** кинути курити. (В. Сапчук)

– Пам'ятай, сівачу, та іншим передай, – продовжував дідусь, – **якщо** будеш на ниві раніше, ніж заспіває жайворонок, **то** на цілий рік станеш невтомним і врожай збереш багатий, бо хто рано встає, в того щастя є.

Реалізація мовленнєвого жанру поради передбачає поєднання кількох комунікативних тактик:

– Слухай мене, Мирку, і ти не пропадеши. Ти мушиш навести в себе вдома лад. Показати, хто в хаті господар. Вигнати лисицю з курника. Бо інакше діла не буде... (Л. Дереш). У цьому мовленнєвому жанрі поради адресант одночасно застосовує тактики прямого спонукання («**Слухай мене, Мирку, і ти не пропадеши**»), вказування на повинність («**Ти мушиш навести в себе вдома лад. Показати, хто в хаті господар. Вигнати лисицю з курника**») та передбачення негативних наслідків у випадку невиконання поради («**Бо інакше діла не буде**»).

Супровідні тактики при прямій та непрямій пораді характеризуються різноманітними функціонально-змістовими виявами:

Спонукання з супровідною тактикою прогнозування позитивних наслідків:

– Кидай ти до дідька свою роботу, це встигнеш в театральний. **Та з тебе ж актриса вийде – цукерочок!** (Л. Романчук)

– Відпочинь трохи. Віднови в пам'яті послідовність подій, – порадив Гагарін. – **Це тебе збере. А далі я тобі децю розкажу.** (Л. Дереш)

Вказування на повинність слухача виконати певні дії чи апелювання до норм суспільної поведінки:

– Зніміть краватку, ви її зовсім зіпсували. **Треба замити.** (І.Роздобудько)

– Встань і піди до хлопців. **Треба неодмінно з ними попрощатись, бо так негарно...** (Г. Пагутяк)

Ставлення себе в приклад:

– **Роби так само, і наші тіла і дороги будуть іти поруч.** (Н. Куликова)

– **Якби на мене, то я б сватав Палажку, сказав Лаврін. – В Палажки брови, як шнурочки, моргне, ніби вогнем сипне. Одна брова варта вола, другій брові й ціни нема. А що вже гарна! Як намальована!** (І. Нечуй-Левицький)

Характерним для мовленнєвого жанру поради є його вживання в одному контексті із застереженням:

– Коли надумаєте стати під вінець, – гечно звернувся до неї, – то не беріть чоловіка з цього оточення, – показав рукою на залу. – **Цей сорт чоловіків часто змінює імідж, жінок і друзів. Тож коли ваше серце ще нікому не належить, то краще вийти за бідного сільського вчителя чи постригтися в черниці.** (В.Г. Даниленко)

– Ти не помилилася, доню, і той, хто відкрив твої очі, також. Потвор найчастіше народжуємо ми самі, як покарання чи божий докір. Ти отримала великий і страшний дар, дитино моя. Будь мудра, бо **він тебе може вбити, будь обережна, бо тебе стануть спокушати ним, будь смілива, бо ним володіють сильні.** (Д. Корній)

Загалом у рамках стратегії поради втілюються найрізноманітніші комунікативні тактики, які у тій чи іншій комунікативній ситуації будуть доцільними для досягнення певної комунікативної мети. При цьому кожна тактика у вербальному вираженні являє собою певний стереотип, що може бути втілений у значній кількості варіативних висловлень. Збагачення їх арсеналу слугує вдосконаленню комунікативної компетенції мовця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Вступ до лінгвістичної прагматики/ Ф.С. Бацевич. – К., 2011. – с.299
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики/ Ф.С. Бацевич. – К., 2009. – с.376

Серкіз Н.

Науковий керівник – проф. Вільчинська Т. П.

ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ ОБРАЗУ ВОДИ У ПОЕМІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ «ЛІСОВА ПІСНЯ»

В останні десятиліття особливо активізувалися дослідження процесів концептуалізації дійсності. Концептуалізація – це осмислення інформації, яка надходить, й утворення певних уявлень про світ у вигляді концептів. Більшість із них закріплені в мові через значення конкретних слів. На думку