

## ПЕРСУАЗИВНІСТЬ У КОМУНІКАТИВНІЙ СИТУАЦІЇ “ПОБАЧЕННЯ”

**Скрябіна В. Б.**

*Київський національний лінгвістичний університет*

У статті вперше розглядаються комунікативні стратегії персуазивності, реалізовані дійовими особами англійських художніх творів у ситуації “побачення”. Щоб виразити симпатію та зацікавити партнера по комунікації в подальшому розвитку стосунків, персонажі застосовують персуазивні стратегії емоційного зближення, самопрезентації та вираження чуттєвих інтенцій.

Ключові слова: персуазивні стратегії емоційного зближення, стратегія самопрезентації, стратегія вираження чуттєвих інтенцій, тактика пошуку спільних інтересів, тактика інграціяції, тактика визнання унікальності адресата, світська бесіда, комплімент.

В данной статье впервые рассматриваются коммуникативные стратегии персуазивности, реализованные действующими лицами англоязычных художественных произведений в ситуации “свидание”. Чтобы выразить симпатию и заинтересовать партнёра по коммуникации в дальнейшем развитии отношений, персонажи используют персуазивные стратегии эмоционального сближения, самопрезентации и выражения чувственных интенций.

Ключевые слова: персуазивные стратегии эмоционального сближения, стратегия самопрезентации, стратегия выражения чувственных интенций, тактика поиска общих интересов, тактика инграциации, тактика признания уникальности адресата, светская беседа, комплимент.

The article deals with communicative persuasive strategies of the main heroes of English novels in the communicative situation ‘dating’. In order to express their feelings and make communicative partners interested in further relationships the main heroes use persuasive strategies of emotional harmonization, self-presenting and expression of sensual intentions.

Keywords: persuasive strategies of emotional harmonization, strategy of self-presenting, strategy of expression of sensual intentions, tactics of search for common interests, tactics of ingratiation, tactics of admitting addressee’s uniqueness, small talk, compliment.

Стаття присвячена дослідженню комунікативних та прагматичних особливостей стратегій персуазивності, до яких удаються закохані в комунікативній ситуації “побачення”. Нас зацікавила проблема мовного впливу в любовному дискурсі у зв’язку з відсутністю комплексного дослідження цього явища в сучасній лінгвістиці.

**Актуальність** роботи визначається загальною спрямованістю сучасних філологічних студій на вивчення впливу в міжособистісному спілкуванні.

Любовний дискурс тривалий час перебував поза увагою лінгвістів, лише в останні роки з’являються дослідження окремих його аспектів. Автори наукових праць аналізують компоненти мовленнєвого жанру залицяння [7], приділяють увагу мовленнєвому вираженню статусу адресата в любовному дискурсі [6], розглядають дискурсивні особливості мовлення закоханих на матеріалі любовних листів [12], досліджують вербальні та невербальні компоненти комунікації в ситуаціях романтичного спілкування [13], складають типологію мовленнєвих тактик закоханих у комунікативній ситуації “освідчення в коханні” [9].

Однією з головних інтенцій комунікантів у любовному дискурсі виступає інтенція персуазивності, оскільки адресант прагне переконати об’єкт кохання в істинності своїх почуттів і тим самим викликати відповідне почуття [7, с. 27]. Персуазивність передбачає забезпечення впливу адресанта на думку, враження, ставлення, почуття, емоції адресата [16, с. 25]. Для досягнення визначеної комунікативної мети, стратегічного результату, на який спрямовані комунікативні акти, мовці використовують комунікативні стратегії персуазивності, реалізуючи їх за допомогою комунікативних тактик персуазивності. На нашу думку, у вивченні персуазивних стратегій доцільним є використання дискурсивного, конверсаційного та прагматичного аналізу.

Любовний дискурс досліджуємо на матеріалі англomовної художньої прози ХХ століття, яка відображає лінгвокультурні та соціальні реалії сучасного англomовного суспільства. Типовими комунікативними ситуаціями в любовному дискурсі є ситуації знайомства, ситуації побачень та ситуації освідчення в коханні. Розглянемо ілюстрацію деяких персуазивних стратегій у комунікативній ситуації першого побачення, описаних у романі Л. Джуел "Вінс та Джой". Авторка змальовує сучасну історію кохання, в якій головний персонаж після багаторазових невдалих спроб зав'язати близькі стосунки з жінками повертається до своєї першої коханої. У творі домінує тема невідворотності долі, зокрема стосовно зустрічі з коханою людиною. Крім того, читачі мають змогу простежити різні етапи розвитку міжособистісних стосунків від першого, юного до зрілого кохання, перевіреного життєвими обставинами.

Розглянемо персуазивні стратегії в ситуації першого побачення, коли партнери ще не впевнені в глибині своїх почуттів і розв'язують питання щодо доцільності продовження знайомства та розвитку стосунків, оскільки необхідність персуазивного впливу виникає за умов вагання адресата.

Головні персонажі Джордж та Джой домовилися про зустріч по телефону. Вони обоє належать до одного соціального класу, проте, на відміну від Джой, Джордж має університетську освіту, престижну роботу. Суб'єктом персуазивного впливу в цій ситуації виступає Джордж, ілюктивна мета якого полягає в тому, щоб викликати у Джой інтерес до своєї особи, зацікавити в подальших стосунках, висловити симпатію. Для реалізації поставленої мети персонаж застосовує персуазивні стратегії: стратегію емоційного зближення, самопрезентації та стратегію вираження чуттєвих інтенцій. Наприклад:

*'You must be Joy,' he said, beaming at her nervously.*

*'I am!' She beamed back, stoically preventing her disappointment from making an appearance on her face. 'And you're George.'*

*'Correct!' He forced his hands into the pockets of belted jeans and increased his smile. 'Well, isn't this surreal?'*

*She laughed, appreciating his frank and immediate summarization of their situation. 'Bizarre,' she agreed.*

*'Shall we?' he indicated the door of the restaurant.*

*'Of course.'*

*He leaped ahead of her and held the door ajar. 'Thank you,' she said, trying to recall the last time a date had held a door open to her [18, с. 148-149].*

Зовнішність Джорджа не сподобалася Джой, про що свідчить коментар автора (*She beamed back, stoically preventing her disappointment from making an appearance on her face – Вона посміхнулася йому у відповідь, стоїчно стримуючись, щоб не показати своє розчарування*). Джордж використовує стандартний спосіб підтримати розмову з незнайомою людиною – непрямий питальний коментар, який є незагрозливим, ненав'язливим і допомагає уникнути приниження в разі відмови. У наведеному вище фрагменті ширший коментар хлопця, який супроводжується посмішкою, викликає позитивну відповідь-згоду дівчини.

Комунікативна поведінка Джорджа є персуазивною, зокрема він дотримується принципу Ввічливості, суть якого полягає в максимальному "піднятті" образу свого співрозмовника, володінні куртуазним (витончено ввічливим) мовленнєвим стилем [17]. Дотримання принципу Ввічливості створює прийнятну атмосферу спілкування, нормальний фон для реалізації персуазивних стратегій. Нагадаємо, що цей принцип передбачає наявність у спілкуванні тактовності, обережності в поведженні зі співбесідником, турботі про інтереси співрозмовника.

Коли Джордж запрошує Джой до подальшого спілкування, він дотримується також принципу Кооперації (Співробітництва) П. Грайса, який передбачає наявність повноти інформації та манери ("висловлення повинне мати не менше інформації, ніж потрібно" та "висловлення повинно мати не більше інформації, ніж потрібно", "висловлюватися треба чітко, уникаючи незрозумілих висловів, неоднозначності; бути лаконічним, організованим") [4].

*'And if it's all right with you, I'd like to phone you some time this week. But only if you want me to.'*  
*'Oh!' she said, so used to dates that ended in a confused, ambiguous mess of mixed messages and unclear intentions. 'Of course you can all me. I'd like it very much'* [18, с. 157].

У коментарях автора читаємо, що Джай звикла до побачень, які закінчувалися неясними висловленнями та нечіткими інтенціями, тому комунікативна поведінка Джорджа настільки вразила її, що вона одразу погоджується на подальший розвиток стосунків.

Як бачимо, застосування принципів Увічливості та Кооперації у спілкуванні допомагають мовцю досягти поставленої мети: змінити ставлення адресата, не образивши його і залишивши приємне враження про себе.

У теорії мовленнєвої комунікації виявлені та описані особливості успішного міжособистісного спілкування. На ефективність спілкування впливають категорії статусності (обрані мовні засоби відповідають статусу адресата), етикетності (мовні засоби є конвенційними), консентності (односпрямованість інтенцій обох комунікантів), ритуальності (мовні засоби відповідають параметрам ситуації) та цілеспрямованості (адресатові чітко представлені мотиви комунікативної дії) та результативності (мовні дії адресанта викликають бажаний перлокутивний ефект) [1].

У наведеному фрагменті спостерігаємо комунікативну модель персуазивної поведінки Джорджа, яка відповідає категоріям успішної міжособистісної взаємодії:

*... 'So,' said George, smiling benignly, 'you work in the arts?'*

*Joy laughed. 'Er, no, not exactly. I work for a repro company. I'm a screen printer.'*

*'Well,' he said, 'that's art, isn't it? Of a kind.'*

*'Of a kind,' she allowed, smilingly.*

*'And do you like your job?'*

*'No,' she said bluntly, 'I hate it.'*

*'Well, snap!' said George. 'I hate mine, too!'*

*They laughed and felt the ice begin to thaw* (18, с. 150).

Джордж використовує стратегію емоційного зближення для того, щоб знайти спільні інтереси і дізнатися більше про партнерку по комунікації. Ця стратегія реалізується за допомогою тактики пошуку спільних інтересів. Основним комунікативним ходом здійснення тактики пошуку спільних інтересів є світська бесіда. Світська бесіда визначається як “спільне обговорення однієї чи кількох етикетно прийнятних тем: погода, музика, спорт, новини дня та ін., яке здійснюють з метою гармонійного неофіційного спілкування людей” [10]. Світська бесіда є риторичною, вважає О. Б. Сиротиніна, оскільки передбачає свідоме планування вживання певних засобів вираження з прагматичною метою: наприклад, підкреслена ввічливість, уміння тонко лестити співрозмовнику чи зробити вишуканий комплімент дамі [14, с. 26-30]. Маркерами світської бесіди в наведеному фрагменті дискурсу виступають:

1) тематика: розмова про працю співбесідника в англійській лінгвокультурі типовим є обговорення роботи, здоров'я, вподобань партнера по комунікації, а також погоди, світських новин та пліток [15, с. 5];

2) стереотипні фатичні мовленнєві акти: британці дотримуються правила світської бесіди – вгадування, намагаються дізнатися про професію співрозмовника за ключами, отриманими під час розмови; причому свої припущення краще висловлювати у формі ствердження з питальною інтонацією [15, с. 6]: *'So,' said George, smiling benignly, 'you work in the arts?'*;

3) почерговий обмін мовленнєвих ходів як відображення відповідальності кожного з мовців за створення комфортної атмосфери спілкування та невимушеного перебігу бесіди [8, с. 26];

4) легка, невимушена тональність спілкування, яка створюється за рахунок неформальної лексики (*of a kind, snap*) та відображення невербальних сигналів персонажів (*smiling benignly, laughed, allowed, smilingly*);

5) питальні та окличні речення, які підкреслюють зацікавленість у партнері та емоційне сприйняття.

У наведеному вище фрагменті комунікативна ініціатива належить Джорджеві. Початок бесіди з комунікативно-прагматичної позиції може здаватися “примусовим”, оскільки партнер по комунікації змушений відповідати на ініціативу, але якою буде його реакція і що він скаже у відповідь, залежить лише від нього. Таким чином, у фазі початку бесіди можемо простежити можливості тематичного обговорення і варіанти конституювання власне стосунків між комунікантами. У наведеному фрагменті Джордж обирає для розмови тему роботи, намагається дізнатися більше про свою співрозмовницю.

Стратегія самопрезентації є персуазивною, оскільки застосовується для управління враженням, яке справляє мовець, з метою контролю над поведінкою інших людей і особливо над їхньою відповідною реакцією [3]. З метою справити приємне враження персонаж користується персуазивною тактикою інграціяції (ingratiation – прагнення виглядати привабливим), яка полягає в тому, щоб підлабузнюватися, погоджуватися зі співрозмовником для того, щоб здаватися привабливим. Маркером тактики інграціяції в діалозі виступає вербальне піднесення статусу партнера – Джордж називає друкарську роботу Джой мистецтвом; погоджується з Джой, яка зізнається, що ненавидить свою роботу: *Well, snap!* said George. *I hate mine, too!*. Про досягнення бажаного перлокутивного ефекту свідчить коментар автора: *They laughed and felt the ice begin to thaw. – Вони засміялися і відчували, як лід у їхніх стосунках почав танути.*

Комунікативна взаємодія між персонажами розгортається у сприятливому руслі, тому на заключному етапі ситуації побачення спостерігаємо, що Джорджеві сподобалася Джой, і він зацікавлений у подальшому спілкуванні з нею: ... *Well,* he said, *smiling down at her with evident pleasure, ‘That really was a most unexpectedly enjoyable day. I’ve had a truly great time.’*

Проте автор роману коментує думки та невербальну поведінку дівчини, які свідчать про вагання з її боку, – вона підсвідомо відвертається від Джорджа так, щоб уникнути фізичного контакту з ним: *Me, too,* she said, *deciding that, no, she didn’t want to kiss him, and subconsciously rearranging her body to make herself look unavailable for any kind of unannounced physical approach (P. 156).*

Щоб переконати Джой у щирості своїх намірів і висловити симпатію, Джордж використовує стратегію вираження чуттєвих інтенцій, комунікативно-прагматичною настановою якої є бажання виразити симпатію, освідчитися в коханні [9, с. 3]:

*‘And might I just say,’ he continued, looking at her intently, ‘and I do hope you won’t take this the wrong way, but you really did undersell yourself on the phone last week. You aren’t pointy in the slightest. In fact, I’d go so far as to say that you’re the least pointy girl I’ve ever met. And I have met an awful lot of pointy girls in my time, I can tell you. No – I’d describe you more as ...’ – his eyes roamed her face for a second – ‘more as ... delicately, spectacularly pretty – like a beautiful Meissen teacup. If that makes any sense.’ He didn’t blush as he said this, or laugh, or display any signs of embarrassment, just stared straight into her eyes with a sort of wide-eyed wonder, like an art collector unexpectedly coming upon the finest example he’d ever seen of a favoured artist’s work.*

*‘Well,’ said Joy, laughing, ‘thank you. That’s lovely!’ (18, c. 157).*

Стратегія вираження чуттєвих інтенцій реалізується за допомогою тактики визнання унікальності адресата. Найбільш частотним комунікативним ходом цієї тактики є комплімент, який здійснює безпосередній вплив на адресата [11, с. 9]. Традиційно чоловік висловлює комплімент зовнішності жінки, а жінка хвалить інтелектуальні здібності чи досягнення чоловіка. При цьому виділяється унікальність об’єкта компліменту, його неповторність: *‘I’d describe you more as ...’ – his eyes roamed her face for a second – ‘more as ... delicately, spectacularly pretty – like a beautiful Meissen teacup. If that makes any sense.’ He didn’t blush as he said this, or laugh, or display any signs of embarrassment, just stared straight into her eyes with a sort of wide-eyed wonder, like an art collector unexpectedly coming upon the finest example he’d ever seen of a favoured artist’s work.*

*‘Well,’ said Joy, laughing, ‘thank you. That’s lovely.’*

Мовними засобами реалізації компліменту в наведеному вище фрагменті виступають: лексика позитивно-оцінної семантики (*delicately, pretty, beautiful*), повтори (*I'd describe you more as ...' – his eyes roamed her face for a second – 'more as ... delicately, spectacularly pretty*), порівняння (*I'd describe you more as ...' – his eyes roamed her face for a second – 'more as ... delicately, spectacularly pretty – like a beautiful Meissen teacup*).

Типовими засобами компліменту є лексичні одиниці, в семантичну структуру яких входить значення позитивності: *angel, beauty, genius, terrific, wonderful, lovely, to like, to love, to admire, wonderfully, quite, very, so, really, awfully, terribly, etc.*

Граматичними засобами персуазивності в любовному дискурсі є всі словесні вирази та предикати вищого ступеня порівняння: *best, most, super, ultra etc.*; інтенсифікатори: *too, enough, highly, wildly, abundantly, very etc.*; емоційний синтаксис – синтаксичні конструкції, які передають комунікативні емоційно-оцінні, емоційно-образні та емоційно-модальні значення [5, с. 3].

Стилістичні тропи (метафора, метонімія, епітет, порівняння, гіпербола) спрямовані на емоційну сферу свідомості адресата, реалізують персуазивну функцію і тому часто використовуються в компліментах.

Вербальні повідомлення доповнюються і підсилюються номінаціями невербальних компонентів: *He didn't blush as he said this, or laugh, or display any signs of embarrassment, just stared straight into her eyes with a sort of wide-eyed wonder; like an art collector unexpectedly coming upon the finest example he'd ever seen of a favoured artist's work.* Як пише автор роману, Джордж висловлює комплімент, дивлячись Джой у вічі, на його обличчі зберігається вираз щирого захоплення і здивування, він ніби колекціонер, який натрапив на винятковий витвір мистецтва.

Про досягнення бажаного перлюкутивного ефекту свідчить позитивна реакція дівчини: *Well, 'said Joy, laughing, 'thank you. That's lovely.'*

Персуазивні стратегії в любовному дискурсі часто реалізуються вживанням тих мовних засобів, що впливають на емоційну сферу адресата. Нейтральна лексика не дозволяє висловити почуття-ставлення, весь спектр емоцій мовця [9, с. 117], саме тому на першому плані в любовному дискурсі – емотивність, “вираження емоцій зі стратегічною метою” [2]. У фрагменті показано, як емоційні переживання Джорджа передаються його співрозмовниці, “заражають” її ставленням з боку адресанта:

*'And if it's all right with you, I'd like to phone you some time this week. But only if you want me to.'*

*'Oh!' she said, so used to dates that ended in a confused, ambiguous mess of mixed messages and unclear intentions. 'Of course you can all me. I'd like it very much.'*

*His soft face melted into a broad smile, and he grabbed her hands and squeezed them. 'Good,' he said forcefully, imbuing the word with every ounce of its meaning, 'that makes me feel very happy.' He beamed at her, and she beamed back, his joy strangely infectious. 'Right then. I'll be off. And I'll call you. Probably mid week – say, Wednesday? Would that be OK?'*

*'Wednesday's fine,' she smiled.*

*'Excellent.' He gave her hands one last squeeze, turned and walked away.*

*'Good,' he said forcefully, imbuing the word with every ounce of its meaning, 'that makes me feel very happy.' He beamed at her, and she beamed back, his joy strangely infectious. 'Right then. I'll be off. And I'll call you. Probably mid week – say, Wednesday? Would that be OK?'*

*'Wednesday's fine,' she smiled.*

*'Excellent.' He gave her hands one last squeeze, turned and walked away [18, с. 157]*

Джордж передає свій емоційний стан за допомогою позитивно-оцінної лексики (*good, excellent, happy*). Номінації невербальних компонентів доповнюють вербальне оформлення стратегії персонажа: особливий тон (*he said forcefully, imbuing the word with every ounce of its meaning*), щира посмішка (*he beamed at her*) справляють вплив на емоції його співрозмовниці (*she beamed back, his joy strangely infectious*) і вона погоджується на продовження стосунків.

Таким чином, персуазивність у комунікативній ситуації “побачення” виявляється у використанні адресантом персуазивних стратегій самопрезентації та вираження чуттєвих інтенцій, які реалізуються відповідними мовними засобами.

### Література

1. Богушевич Д. Г. Опыт классификации эпизодов вербального общения / Д. Г. Богушевич // Языковое общение: процессы и единицы. – Калинин: КГУ, 1988. – С.13-21.
2. Гнезділова Я. В. Емоційність та емотивність сучасного англomовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти: дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Я. В. Гнезділова. – К, 2007. – 213 с.
3. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Ирвинг Гофман. – М.: КАНОН-ПРЕСС, 2000. – 304 с.
4. Грайс. П. Логика и речевое общение / П. Грайс. // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – Т. 16. – Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс. – С.217-238.
5. Добрунова О. В. Влияние эмоций на синтаксический строй разговорной речи (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 “Германские языки”. – М., 1990. – 15 с.
6. Ємельянова О. В. Мовленнєве вираження статусу адресата в англomовному художньому дискурсі закоханих: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 “Германські мови” / О. В.Ємельянова. – Х., 2006. – 20 с.
7. Колоян Д. Л. Ухаживание как тип коммуникативного поведения: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Дина Леонидовна Колон. – Волгоград, 2006. – 247 с.
8. Кузьменкова Ю. Б. Стратегии речевого поведения в англоязычной среде / Ю. Б. Кузьменкова. – М.: “Первое сентября”, 2006. – 48 с.
9. Кушнір Н. О. Вербалізація чуттєвих інтенцій у російському діалогічному мовленні (на матеріалі комунікативної ситуації “освідчення в коханні”): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02 / Наталія Олександрівна Кушнір. – К., 2005. – 217 с.
10. Матвеева Г. Г. К вопросу о речевых стратегиях скрытого воздействия отправителя текста на его получателя [Электронный ресурс] / Г. Г. Матвеева. – Режим доступа: [http://science/scientific\\_directions/pragmalinguistic\\_school/publications/matveeva\\_3](http://science/scientific_directions/pragmalinguistic_school/publications/matveeva_3).
11. Мудрова К. В. Compliment как первичный речевой жанр: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 “Русский язык” / К. В. Мудрова. – Таганрог, 2007. – 22 с.
12. Огаркова Г. А. Вербалізація концепту КОХАННЯ в сучасній англійській мові: когнітивний та дискурсивний аспекти: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02 / Г. А. Огаркова. – Київ, 2005. – 15 с.
13. Ренц Т. Г. Коммуникативные ситуации романтического общения / Т. Г. Ренц // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2010. – № 1. – С. 333-337.
14. Сиротинина О. Б. Некоторые размышления по поводу терминов “речевой жанр” и “риторический жанр” / О. Б. Сиротинина // Жанры речи. – Саратов, 1999. – 35 с.
15. Фокс К. Наблюдая за англичанами. Скрытые правила поведения / К. Фокс. – М.: Рипол Классик, 2008. – 36 с.
16. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В. Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
17. Leech G. Principles of Pragmatics / G. Leech. – L., N-Y.: Longman, 1983. – 250 p.

### Джерела ілюстративного матеріалу

18. Jewell L. Vince and Joy / Lisa Jewell. – L.: Penguin Books, 2005. – 503 p.