Джерела ілюстративного матеріалу

1. Le Clézio (LF) Le Clézio J.-M. G. Le livre des fuites. – P. : Gallimard, 2005. – 285 p.
2. Le Clézio (G) Le Clézio J.-M. G. La guerre – P : Gallimard, 1994. – 289 p.
3. Le Clézio (CO) Le Clézio J.-M. G. Le chercheur d'or. – P. : Gallimard, 2005. – 375 p.
4. Le Clézio (EE) Le Clézio J.-M. G. Etoile errante. – P. : Gallimard, 1992. – 350 p.

Каратеева Анна. Текстовый концепт-константа *ПУТЕШЕСТВИЕ*: параметры пространства (на материале произведений Ле Клезио). В статье сделана попытка расскрыть и исследовать основные лингвокогнитивные характеристики пространственных параметров развёртывания текстового концепта-константы ПУТЕШЕСТВИЕ. Проведённый лексико-семантический и лингвокогнитивный анализ пространственных локусов, которыми путешествует главный субъект прозы Ле Клезио позволил обозначить и исследовать основные текстовые компоненты языкового воплощения пространственных параметров ле-клезианского путешествия, определить их основные семантические и концептуальные характеристики, проследить особенности развёртывания текстового концепта-константы ПУТЕШЕСТВИЕ в рамках конкретных локусов. Выявлено, что в прозе Ле Клезио главные субъекты обычно путешествуют двумя основными локусами, а именно локусом ПРИРОДНАЯ СФЕРА и локусом УРБАНИСТИЧЕСКАЯ СФЕРА. Локус УРБАНИСТИЧЕСКАЯ СФЕРА в прозе автора, даже при случайном положительном лексико-семантическом описании, концептуализируется как негативная сущность (концепты ТЕМНОТА, ВОЙНА, ЗЛО ЦИВИЛИЗАЦИИ, МЕХАНИЦИЗМ). Локус ПРИРОДНАЯ СФЕРА традиционно воплощается в концептах, несущих положительную коннотацию (СВЕТ, МИР, МИФ, ЖИЗНЬ).

Ключевые слова: текстовый концепт-константа, главный субъект, вербализация, концептуальная нагрузка.

Karatieyeva Hanna. Textual Concept-Constant JOURNEY: Parameters of Space (based on Le Clézio's Prose). The article is an attempt to discover and investigate the main linguo-cognitive features of spatial parameters of developing of the textual concept-constant JOURNEY. Lexico-semantic and linguo-cognitive analysis of spatial locuses used by the main subject of Le Clézio's prose for journeys was made. The results helped us to indicate and investigate the main textual components of linguistic objectification of Le Clézian journey, as well as to define their main conceptual and semantic characteristics, to observe specifics of the textual concept-constant JOURNEY's development within the framework of concrete locuses. It has been discovered that main subjects of Le Clézio's prose usually journey by two basic locuses: NATURAL ENVIRONMENT and URBAN ENVIRONMENT. It has been found that in the author's prose the locus URBAN ENVIRONMENTIS conceptualized as a negative entity (concepts DARKNESS, WAR, CIVILIZATION EVIL, MECHANICISM), even having an occasional positive lexico-semantic description. The locus NATURAL ENVIRONMENT traditionally is implemented in concepts which bring positive connotation (LIGHT, PEACE, MYTH, LIFE).

Key words: textual concept-constant, main subject, verbalization, conceptual load.

Стаття надійшла до редколегії
07.02.2013 р.

УДК 811.111'42

Вікторія Козлова

Стратегії і тактики мовленнєвого впливу в партнерському парентальному дискурсі

У статті досліджено особливості реалізації мовленнєвого впливу в ситуаціях партнерства в парентальному дискурсі. Мовленнєвий вплив у парентальному дискурсі проаналізовано в аспекті його цілеспрямованості й представлено раціонально-інформативним, морально-волітивним та морально-емоційним впливом. Реалізація раціонально-інформативного впливу забезпечується стратегією інформування завдяки тактиці інформативного наповнення і переконування. Морально-волітивний вплив здійснюється стратегією спонукання, яка представлена тактиками коригування, інструктування, прохання та поради. Морально-емоційний вплив реалізується стратегією оцінювання шляхом тактики похвали, заохочення, заспокоєння та співчуття.

Ключові слова: мовленнєвий вплив, ситуація партнерства, парентальний дискурс, стратегія інформування, стратегія спонукання, стратегія оцінювання, тактики.

© Козлова В., 2013

Постановка наукової проблеми та її значення. Інтегративний підхід, релевантний для сучасної наукової парадигми, пояснює зростання інтересу до вивчення феномену мовленнєвого впливу багатьох дисциплін: психолінгвістики, теорії комунікації, риторики, традиційної лінгвістики, психосемантики, психології мови. [7; 9; 10; 14; 15;16; 19; 21]. Мовленнєвий вплив у широкому розумінні – вплив на індивідуальну та / чи колективну свідомість і поведінку, що здійснюється з використанням мовленнєвих засобів. У вузькому розумінні мовленнєвий вплив трактуємо як конкретні приклади застосування особливостей будови та функціонування мовної системи, для побудови повідомлень, що мають підвищену здатність дії на свідомість та поведінку адресата чи адресатів повідомлення [13].

У межах антропоцентричної парадигми сучасного мовознавства інтенсивного розвитку набуває дослідження мовних явищ із позицій комунікативно-дискурсивного підходу, зокрема дослідження способів та засобів регулювання поведінки людини за допомогою мовлення в процесі реалізації когнітивно-комунікативних настанов суб'єктів дискурсу [3; 12; 18].

Потреба розширення сфери дискурсивних досліджень мовленнєвого впливу зумовлює **актуальність** вивчення його специфіки в парентальному дискурсі як особистісно орієнтованій комунікативній взаємодії батьків та дітей, що відбувається в сімейно-побутовій сфері спілкування. Мовленнєвий вплив в парентальному дискурсі розглядаємо в аспекті його цілеспрямованості з огляду на виховну цільову установку суб'єктів мовленнєвої дії. Залежно від цілеспрямованості комунікативних дій батьків (як суб'єктів впливу) для досягнення позитивних змін в особистості дітей (як об'єктів впливу) вирізняємо три типи мовленнєвого впливу:

– раціонально-інформативний вплив як мовленнєві дії адресанта, спрямовані на сферу пізнання адресата для поповнення або смислової корекції його системи знань;

– морально-волітивний вплив як мовленнєві дії адресанта, спрямовані на поведінкову сферу адресата для зміни його поведінкових преференцій;

– морально-емоційний вплив як мовленнєві дії адресанта, спрямовані на емоційну сферу адресата для корекції його ціннісної орієнтації [11, с. 51].

Партнерське парентальне спілкування як комунікація батьків та дітей в ситуаціях партнерства передбачає врахування базових конвенцій спілкування: принципів кооперації П. Грайса [5] та ввічливості П. Браун, С. Левінсона [20] і Дж. Ліча [22] та нівелювання батьками свого вищого статусу для створення паритетності між інтерактантами.

Мета дослідження полягає у визначенні й аналізі стратегій та тактик здійснення типів мовленнєвого впливу в ситуаціях партнерства в парентальному дискурсі. **Об'єкт** дослідження – засоби реалізації мовленнєвого впливу в партнерському парентальному дискурсі. **Предмет** дослідження – особливості вербальної та невербальної репрезентації тактик у межах стратегій мовленнєвого впливу в партнерському парентальному дискурсі. **Матеріалом** дослідження слугували фрагменти парентального дискурсу з англомовних художніх творів британських та американських авторів XX – XI ст.

«Стратегія мовленнєвої поведінки охоплює всю сферу побудови процесу комунікації, коли цілеустановкою є досягнення довготривалих результатів. У широкому розумінні мовленнєва стратегія охоплює планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від умов спілкування і особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану» [8, с. 54]. Поняття стратегії передбачає діяльнісний підхід і співвідноситься з поняттям «інтенція». «Інтенція являє собою спрямованість людської свідомості на об'єкти й стани речей зовнішнього світу. Вона може проявлятися подвійно: як репрезентаційна інтенція – спрямованість свідомості на певний об'єкт – і комунікативна інтенція – намір адресанта донести до адресата свою репрезентаційну інтенцію і таким чином вплинути на нього» [2, с. 101]. Стратегія мовленнєвого спілкування – це оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [1], комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної цілі [8], цілісна система операцій, що виконуються мовцем щодо вибору та реалізації оптимального здійснення комунікативних цілей у конкретній ситуації спілкування [17]. Отже, стратегія визначається інтенцією суб'єкта впливу, тобто вибір стратегії зумовлено наміром адресанта досягти конкретної мети спілкування. Реалізація мовленнєвих стратегій забезпечується

мовленнєвими тактиками. Мовленнєва тактика – це однорідна за інтенцією і реалізацією лінія поведінки комуніканта [4], одна або декілька дій, що забезпечують реалізацію стратегії [8], спосіб здійснення стратегії [2].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Відповідно до основних комунікативних цілей суб'єкта впливу, під час здійснення трьох типів мовленнєвої дії виокремлюємо три стратегії реалізації мовленнєвого впливу в парентальному дискурсі: стратегію інформування (забезпечує реалізацію раціонально-інформативного впливу); стратегію спонукання (забезпечує реалізацію морально-волітивного впливу); стратегію оцінювання (забезпечує реалізацію морально-емоційного впливу). Специфіка раціонально-інформативного, морально-волітивного та морально-емоційної мовленнєвої дії в ситуаціях партнерства зумовлює вибір тактик, що здійснюються вербальними та невербальними засобами комунікації в межах стратегій мовленнєвого впливу.

Стратегіся інформування в партнерських ситуаціях спілкування реалізується **тактиками інформативного наповнення та переконування**. Основний фокус комунікативної поведінки батьків при застосуванні таких тактик сконцентровано на презентації інформативного матеріалу. Тактика інформативного наповнення передбачає:

а) надання нової для адресата інформації: *«What's warrior, Mum?» «A warrior is a brave fighter» (A. Pearson, p. 326).*

б) трансформацію його уявлень, що суперечать об'єктивній картині світу: *«Japanese?» he whispered to me. He assumed all foreign languages were Japanese. <…>. «That little girl is French.» «That's a long way to come. French is a long way.» «France, you mean. France is not as far as you think, darling.» «It is, though. You're wrong. France is as far as I think. Maybe even further.» «No, it's not. France – well, Paris – is just three hours in the train from London.» «What train?» «A special train. A very fast train that runs from London to Paris. The Eurostar. It does the journey in just three hours. It goes through a tunnel under the sea» (T. Parsons, 1: p.13).*

Під час реалізації цієї тактики вживають стверджувальні та заперечні речення. Для введення нових інформативних даних залучаються безособові речення. Тематичний фокус висловлення адресанта зумовлює вибір лексичних одиниць (іменників, числівників, прикметників, прислівників), що позначають географічні об'єкти, часові відстані між ними, кваліфікативні характеристики об'єктів, ознаки дії та її обставини. Розширення знань дитини про навколишнє середовище та соціальне оточення забезпечується також тлумаченням нового поняття вже відомими.

Батьки вдаються до тактики переконування, оскільки «необхідність застосування «переконуючих» тверджень наступає тоді, коли існує різниця між «картиною світу» мовця і «картиною світу» слухача» [6, с. 58]. Залучення граматичного заперечення та оцінних прикметників зумовлене комунікативною установкою мовця змінити ціннісні акценти: *«Good God, boy, you don't know what you're saying. War is terrible. I come from a country that's been at war for a thousand years, so I know what I'm saying» (C. McCullough, p. 55).*

Стратегія спонукання в партнерському парентальному дискурсі спрямована на корекцію, регулювання та стимулювання позитивної поведінкової діяльності дитини й реалізується **тактиками коригування, інструктування, прохання, поради**.

Під час здійснення тактики коригування предметом коригування стають різні аспекти поведінки дитини та її особистісні властивості.

При орфоепічному коригуванні, що найчастіше набуває форми виправлення помилок з обов'язковою вербалізацією нормативного варіанту, залучається граматичне заперечення: *«Bideo!» «Video doesn't begin with B. It begins with V. V for van. V for volcano. V for violent» (A. Pearson, p. 70).*

Коригування поведінки дитини відбувається через вживання лексичних одиниць, що характеризуються негативністю: *«You really must try not to quarrel so much. Matthew doesn't want to quarrel with you, he hates it. It makes things very uncomfortable for us – and, I believe you hate it, too, really. So do try, it's so much nicer for everyone if you don't» (J. Wyndham, p. 121).*

Коригування особистісних уподобань та системи цінностей забезпечується сполученням модальних предикатів з інфінітивом у складі стверджувальних і заперечних речень: *«I think you should get a job for a while, Tan. You can't hang around in school for the rest of your life» (D. Steel, p. 161).*

Для підсилення власних позицій один із батьків акцентує увагу на узгодженості рішення з іншим. Маніфестація узгодженості забезпечується координативним прономінативом *both* у складі

стверджувальної конструкції: *«Perhaps now isn't the right moment to broach the subject, but both your father and I think it's time you consider settling down» (D. Macober, p. 58).*

Під час реалізації тактики інструктування основний акцент сфокусовано на порядку та способі виконання настанови мовця: *«Run next door to the Cooks and ask if they have any antiseptic. If they haven't, try the Scotts. I don't know what number they're in so ask until you find them» (E. Blair, p. 67).*

У партнерських ситуаціях спілкування мовець обирає різноманітні форми реалізації тактики прохання. Структурна організація висловлення, що несе значення прохання, може бути представлена і необхідним мінімумом – сполученням модальних дієслів *will, could* та інфінітива (власне проханням), і факультативними компонентами (звертанням і мотивацією прохання): *«And could Susie phone you next time,» Leonie added, «because the last phone bill was the size of the national debt.» Mel raised her eyes heavenwards (C. Kelly, p. 431).*

Прохання може бути представлено еліптичним питальним реченням: *«When you finished your juice how about coming down and giving a hand with the breakfast?» she asked (A. Eires, p. 28),* а також умовним реченням, що імплікує спонукання до дії: «*I was wondering if you'd like to come with me this morning» (D. Macomber, p. 33).*

Тактика прохання приймає також форму запрошення до спільної діяльності: *«Goodness, look at your dirty hair,» Gina said brightly. «Shall we give it a good old wash?» «Okay!» Pat said, as if it were an invitation to Disneyland (T. Parsons: 2, p. 89).* Особовий займенник *we*, детермінуючи потенційне коло залучених осіб (мати та її син), імплікує для адресата ідею «робити разом». Апелятив у передпозиції до висловлення-прохання є аргументом впливу, забезпечуючи каузацію дії.

Тактика поради репрезентована ввічливою формою імператива*: «Then, darling, let me give you a little advice» (N. Thorne, p. 63).*

У партнерській ситуації спілкування кінесичні та просодичні невербальні компоненти комунікації визначають інтенції суб'єкта впливу в умовах непрямого спонукання та сприяють виконанню його настанов: *«Is there anything else?» «I don't think so, pet. Except you could pop the toaster into Mick's electrical shop if you're passing that way» <…>. Mum senses my reluctance and shoots me a look. «Leave it, if you can't be bothered,» she says in her martyred voice. «Don't worry, I'll take it,» I say, matching her tone (A. Eires, p. 32).*

Стратегія оцінювання в ситуаціях партнерства пов'язана з вираженням позитивного емоційно-оцінного ставлення до об'єкта впливу, що ґрунтується на виявленні та визнанні його ціннісного характеру й реалізується **тактиками похвали, заохочення, заспокоєння, співчуття**.

Тактики похвали та заохочення здійснюються з використанням оцінних суджень позитивної спрямованості. Батьки як суб'єкти оцінки виражають своє позитивне ставлення до зовнішності, рис характеру, інтелектуальних здібностей та поведінки дітей, хронологічний віковий показник адресата при цьому нівелюється.

Основними структурними типами оцінних конструкцій виявляються: а) сполучення прикметника з іменником: *«A big heart you have. A good heart» (B. Plain, p. 23)*; б) сполучення дієслова з прислівником: *«You look beautiful, Abby. I'm so proud of you» (C. Kelly, p. 230)*; в) предикативні оцінні конструкції: *«You did the right thing,» Madge nodded. «That's right. Do your best in life» (E. Blair, p. 25*); г) сполучення прислівника з прикметником, що інтенсифікує оцінку: «*You are too bright» (C. Kelly, p. 428).* Для демонстрації своєї прихильності та схвалення батьки залучають *You*-номінації.

Реалізація тактик заспокоєння та співчуття пов'язана з наданням емоційної підтримки та безумовним прийняттям дитини її батьками. Тактика заспокоєння представлена конструкціями: *take it easy, don't be afraid, this is nothing to be frightened about, don't worry, you don't need,* у складі яких – лексичні та граматичні засоби заперечення: *«Don't be afraid, old lady. This is nothing to be frightened about. You don't need a doctor» (H. Forrester, p. 28).*

В умовах застосування тактики заспокоєння підвищується роль невербальних компонентів комунікації: кінесичні компоненти контактного типу та проксемічні компоненти залучаються адресантом для зняття напруження адресата. Через зміни проксемічних характеристик – зменшення дистанції – мовець досягає не лише фізичної, й емоційної близькості зі співрозмовником, маніфестуючи свою підтримку та захист: *There I sat down on one of the verandah chairs, and took him on my*

knee. He was shaking with anger, half-strangled by it, and still with tears heavily streaming. I put an arm round him. «There now, old man. Take it easy. Take it easy», I told him. Gradually the shaking and the tears began to subside. He breathed more easily (J. Wyndham, p. 127).

Під час реалізації тактики співчуття важливим виявляється встановлення емоційного контакту в процесі експлікації спільності емоційних реакцій на стресові ситуації. Засоби епістемічної модальності забезпечують позиційну переконливість адресанта при створенні довірливої атмосфери спілкування. Дієслово *know* у сполученні з прислівником *exactly* семантизує стан абсолютної обізнаності щодо характеру відчуттів адресата: *«I know exactly how you feel,» she said. «Honey, it's horrible being a kid. Don't let anyone tell you differently» (A. Lamott, p. 92).*

Висновки. Аналіз фрагментів англомовного парентального дискурсу засвідчує, що мовленнєвий вплив у партнерських ситуаціях спілкування реалізується стратегією інформування, яка представлена тактиками інформативного наповнення і переконування; стратегією спонукання, що представлена тактиками коригування, інструктування, прохання та поради; стратегією оцінювання, що здійснюється тактиками похвали, заохочення, заспокоєння та співчуття. Вербальні та невербальні репрезентації тактик у межах стратегій реалізації мовленнєвого впливу зумовлені специфікою раціонально-інформативного, морально-волітивного, морально-емоційного типів мовленнєвого впливу в ситуаціях партнерства.

Перспективи подальшого дослідження. Одним із перспективних напрямів вивчення парентального дискурсу є дослідження особливостей вербальних та невербальних реалізацій стратегій та тактик мовленнєвого впливу в домінантному парентальному дискурсі.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Вид. центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : монографія / Л. Р. Безугла. – Х. : [б. в.], 2007. – 332 с.
3. Броженко С. В. Стратегии и тактики речевого воздействия в рекламном дискурсе (на материале рекламных текстов банковских услуг) / С. В. Броженко // Вест. Челябин. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2011. – Вып. № 3. – С.11–15.
4. Верещагин Е. М. В поисках новых путей развития лингвострановедения. Концепция речеповеденческих тактик / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : [б. и.], 1999. – 84 с.
5. Грайс П. Постулаты речевого общения / П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистическая прагматика. – Вып. 16. – М. : [б. и.], 1985. – С. 217 – 237.
6. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и коммуникативный аспекты : монография / В. С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
7. Демьянков В. З. Коммуникативное воздействие на структуру сознания / В. З. Демьянков // Роль языка в структурировании сознания. – М. : Ин-т философии АН СССР, 1984. – Ч.1. – С. 138–161.
8. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : КомКнига, 2008. – 288 с.
9. Клюев Е. В. Риторика: Инвенция, диспозиция, элокуция / Е. В. Клюев. – М. : [б. и.], 2001. – 272 с.
10. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: монографія / Т. Ю. Ковалевська. – Одеса : Астропринт, 2001. – 344 с.
11. Козлова В. В. Реалізація виховного впливу в англомовному парентальному дискурсі: структурно-семантичний та прагматичний аспекти : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / В. В. Козлова. – Х., 2012. – 219 с.
12. Криворучко С. И. Речевое воздействие как объект лингвистических исследований / С. И. Криворучко // Вісн. ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2010. – № 897. – С. 131–137.
13. Паршин П. Б. Речевое воздействие : основные формы и разновидности / П. Б. Паршин // Рекламный текст : семиотика и лингвистика. – М. : [б. и.], 2000. – С. 55–75.
14. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : [б. и.], 2001. – 252 с.
15. Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения / Л. Л. Федорова // Вопр. языкознания. – 1991. – № 6. – С. 46–50.
16. Филиппова О. А. Обучение эмоциональному речевому воздействию / О. А. Филиппова. – М. : ФЛИНТА; Наука, 2012. – 144 с.

17. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта; Наука, 2006. – 136 с.
18. Яшенкова О. В. Способи мовленнєвого впливу на адресата в англомовному діловому дискурсі (на матеріалі інтеракцій «клієнт клерк») / О. В. Яшенкова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2008. – Вип. 24, ч. 4. – С. 146–151.
19. Bolinger D. Language: The Loaded Weapon / D. Bolinger. – L. ; N. Y. : Longman, 1980. – 214 p.
20. Brown P. Politness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 352 p.
21. Fahnestock J. Rhetorical Style : The Uses of Language in Persuasion / J. Fahnestock. – Oxford University Press, 2011. – 449 p.
22. Leech G. Principles of Pragmatics. / G. Leech. – London, 1983. – 250 p.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Blair E. The Water Medows / E. Blair. – Bantan Books : London, 1992. – 575 p.
2. Eires A. Star Dreamer /A. Eires. – A Pan Original, 1983. – 139 p.
3. Forrester H. Liverpool Miss / H. Forrester. – Fontana Collins, 1988. – 290 p.
4. Kelly C. Someone Like You / C. Kelly. – Harper Collins Publishers, 2001. – 677 p.
5. Lamott A. Crooked Little Heart / A. Lamott. – Anchor Books Doubleday : New York, 1998. – 327 p.
6. Macomber D. On a snow night / D. Macober. – MIRA Books, 2009. – 384 p.
7. McCullough C. The Thorn Birds / C. McCullough. – Futura Publication limited, 1979. – 591 p.
8. Parsons T. Man and Boy / T. Parsons. – Harper Collins Publishers, 2000. – 344 p. (1).
9. Parsons T. Man and Wife / T. Parsons. – Harper Collins Publishers, 2003. – 297 p. (2).
10. Pearson A. I Don't Know How She Does It / A. Pearson. – Vintage, 2003. – 357 p.
11. Plain B. Homecoming / B. Plain. – Hodder & Stoughton Ltd., 1998. – 212 p.
12. Steel D. Full Circle / D. Steel. – A Dell Book : New-York, 1989. – 447 p.
13. Thorne N. Bird of Passage / N. Thorne. – Harper Collins Publishers, 1994. – 400 p.
14. Wyndham J. Chocky / J. Wyndham. – Л. : Просвещение, 1980. – 219 с.

Козлова Виктория. Стратегии и тактики речевого воздействия в партнерском парентальном дискурсе. Статья посвящена исследованию особенностей речевого воздействия в ситуациях партнерского общения в парентальном дискурсе. Речевое воздействие в парентальном дискурсе рассматривается в аспекте целенаправленности и представлено рационально-информативным, морально-волитивным и морально-эмоциональным воздействием. Реализация рационально-информативного воздействия осуществляется стратегией информирования с помощью тактик информативного наполнения и убеждения. Реализация морально-волитивного воздействия обеспечивается стратегией побуждения, посредством тактик корректирования, инструктажа, просьбы и совета. Реализация морально-эмоционального воздействия осуществляется стратегией оценивания посредством тактик похвалы, поощрения, успокоения и сочувствия.

Ключевые слова: речевое воздействие, ситуация партнерского общения, парентальный дискурс, стратегия информирования, стратегия побуждения, стратегия оценивания, тактики.

Kozlova Viktoriya. Strategies and Tactics of Speech Impact in the Partnership Parental Discourse. The paper focuses on the specific realization of speech impact in situations of partnership communication in the parental discourse. Speech impact in the parental discourse is viewed in terms of its targeting and represented by informative, volitional and emotional types. In the partnership parental discourse the informative, volitional and emotional types of speech impact are realized due to the informing, stimulation and evaluation strategies correspondingly. The informing strategy provides realization of the informative impact by tactics of providing information and argumentation. The stimulation strategy provides realization of the volitional impact by tactics of correction, instruction, request and advice. The evaluation strategy provides realization of the emotional impact by tactics of praising, encouraging, sympathy presentation and reassuring.

Key words: speech impact, situation of partnership communication, parental discourse, informing strategy, stimulation strategy, evaluation strategy, tactics.

Стаття надійшла до редколегії
14.03.2013 р.