

УДК 811.111'42

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ АВТОРИТАРНОЇ ПОВЕДІНКИ ДИТИНИ В АНГЛОМОВНОМУ ПОБУТОВОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Анастасія ПАХАРЕНКО (Харків, Україна)

У статті розглядаються особливості проявів вербальної поведінки дитини як авторитарного учасника процесу спілкування. Представлено аналіз застосування авторитарних стратегій у форматі спілкування «дитина – дорослий».

Ключові слова: авторитарний, дискурс, вербальна поведінка, маніпулювання, тиск, домінування, дитина.

The article deals with peculiarities of manifesting verbal behaviour of a child as an authoritarian participant of the communicative process. The analysis of applying authoritarian strategies in the 'child – adult' communication mode is presented.

Key words: authoritarian, discourse, verbal behaviour, manipulation, pressure, domination, child.

У контексті сучасної лінгвістичної парадигми, зважаючи на невід'ємність вербальної комунікації у повсякденному житті людини та її залученість у різних видах діяльності, велика увага приділяється дослідженню різних типів комунікативної взаємодії. Фокусування уваги на одному із її видів – авторитарному спілкуванні – представлено у низці досліджень представників різних наук [1; 2; 11]. Авторитарний дискурс визначають як різновид спілкування, учасники якого розділені «дистанцією влади». Він характеризується асиметричними стосунками між комунікантами, і його обов'язковою характеристикою є «соціально-зумовлена нерівність інтерактантів за соціально-рольовим статусом» [12].

Однак, в лінгвістичних роботах детального вивчення потребують вербальні прояви авторитарної поведінки дитини як учасника комунікації. Вияви дитячої авторитарності є типовими для побутового дискурсу. Специфікою побутового дискурсу, який представлено переважно спонтанною комунікацією, є прагнення максимальним чином стиснути подану інформацію, перейти на особливий скорочений код спілкування, коли комуніканти розуміють один одного з півслова [9 : 66]. У такому спілкуванні дитина доволі добре знайома зі своїм співрозмовником і її поведінка – вербальна і невербальна – є вільною, розкутою, відрізняється високою емотивністю; спілкування відбувається на короткій дистанції. Внаслідок цього дитина може дозволити собі демонструвати авторитарність, вдаватися до маніпуляцій співрозмовником та діяти на власний розсуд [11 : 27].

Актуальність цього дослідження обумовлена необхідністю вивчення та характеризації особливостей авторитарної комунікативної поведінки мовців, яка є однією з пануючих моделей спілкування у сучасному комунікативному просторі. Особливого значення набуває дослідження засобів втілення дитячої авторитарності, адже саме у дитячому віці авторитарний стиль спілкування знаходиться на стадії формування. **Мета** роботи полягає у дослідженні особливостей проявів авторитарної мовленнєвої поведінки дитини в інтеракції із дорослими комунікантами. **Об'єктом** дослідження є авторитарне спілкування дитини середнього віку (8-12 років) у форматі «дитина – дорослий» у побутовому дискурсі. **Предметом** – аналіз вербальних та невербальних засобів прояву дитячої авторитарності у межах означеного типу дискурсу.

Вивчаючи особливості авторитарного дискурсу необхідним є надання визначення його головному учаснику – дитині – як дискурсивній особистості (далі – ДО). Л.В. Солощук визначає дискурсивну особистість як «особистість, що діє в континуальному комунікативному просторі і здатна поряд із мовним кодом використовувати й трактувати інші семіотичні коди залежно від типу дискурсивних відносин, у які вона є включеною в певні моменти спілкування» [13]. Специфічною рисою авторитарної ДО є її бажання вчинити тиск на співрозмовника, підкорити його своїй волі, змусити вчинити так, як їй хочеться. Зазвичай, авторитарна ДО впевнена у своїх словах. Досить часто стиль мовлення ДО доволі категоричний, однак у певних ситуаціях може бути пасивним, несхильним вести розмову.

Дитина як авторитарна особистість, особливості спілкування якої ми досліджуємо у цій роботі, зазвичай переймає риси дорослого комуніканта як у поведінці, так і в спілкуванні. Вона наслідує дорослих у діях, жестах, словах та інтонації. На здатності наслідувати та копіювати ґрунтується розвиток дитини із раннього віку та становлення її як особистості: вона обирає для себе зразок для наслідування та копіює його [4]. Але дитячій авторитарності притаманні і характерні тільки для неї риси.

Характерними рисами авторитарного дитячого спілкування є вживання різноманітних оцінних компонентів, категоричних висловлень, які є модально

зabarвленими, висока сконцентрованість на власному «я» та безапеляційність. На відміну від авторитарності дорослого комуніканта, безапеляційність та категоричність дитини нерідко є немотивованими, не маючими логічного підґрунтя, або зумовленими проявами дитиною характеру лідера, який за своєю природою підкорює собі інших та очікує від них визнання його більш високого, на його погляд, положення. Мовлення авторитарної дитини супроводжується більшою ніж у дорослого кількістю невербальних компонентів комунікації. Активне використання жестів, виразної міміки та інтонацій допомагають дитині бути більш переконливою та у повній мірі виразити свою точку зору, у певних ситуаціях компенсуючи недостатній рівень ораторської підготовки та наповненість активного лексикону [9]. Віковий період 8-12 років характеризується у достатній мірі сформованим володінням морфологічними та лексичними компонентами системи мови, свідомим ставленням дитини до спілкування та логічним конструюванням своїх думок [5].

Авторитарність дитини проявляється у використанні нею низки комунікативних стратегій, які вона використовує для «оброблення» дорослого партнера з метою досягнення своєї комунікативної цілі [8].

Зазвичай виділяють такі стратегії авторитарного спілкування у відповідності до іллокутивної мети, яку переслідує комунікант: 1) авторитарне маніпулювання, 2) авторитарний тиск і 3) авторитарне домінування [11].

Авторитарне маніпулювання розглядають як вид психологічного впливу, здійснення якого призводить до прихованого виникнення в іншої людини намірів, які не співпадають з бажаннями цієї людини [7 : 59]. Для реалізації цієї стратегії дитина може застосовувати тактики обманювання, повторень, демонстрації образи, шантажу, компліментів. Для більшої переконливості дитина застосовує перевірену тактику – маніпуляцію емоціями людини (зокрема дорослих). Вона вдається до хитрощів – сліз – або прикидається засмученою та безутішною. Дорослим жаль дивитись на нещасну дитину, тому вони їй поступаються. Маркус, 9-річний хлопчик, приходиться до свого дорослого друга, безробітного холостяка Уїла Фрімана. Хлопчик хоче влаштувати особисте життя своєї матері і намагається примусити Уїла запросити його маму на побачення:

‘I’ve come to see you,’ he said.

‘Oh, right.’

Marcus marched into the sitting room, sat down on the sofa and looked round. ‘You haven’t got a kid, have you?’

‘Well...’ began Will Will tried to think what he could say about that but he couldn’t think of anything.

‘You’ve got only one bedroom,’ said Marcus when he got back. ‘You’ve got no children’s toys in the bathroom, there are no toys in here.... You haven’t even got any photos of him.’

‘Is that your business?’

‘No, but you’ve been lying to me, and my mum, and my mum’s friend’

‘Listen, Will,’ Marcus said. ‘I won’t say anything to my mum if you go out with her.’

‘Why do you want your mum to go out with someone like me?’

‘I don’t think you’re too bad. I mean, you told lies, but you seem OK. She’s sad and I think she’d like a boyfriend’ [16 : 15-16].

Стереотипно вважається, що дорослий має пріоритетну, домінуючу позицію, виходячи з вікової складової. Але у цій ситуації Маркус вважає, що він займає авторитарне положення, тому що знає про таємницю Уїла, і тому намагається змусити його піти на побачення із своєю матір’ю, вдаючись до маніпуляції. Успішність її реалізації досягається за рахунок використання дитиною декількох тактик. Спочатку це тактика викриття брехні, яка реалізується послідовним наданням логічних аргументів на підтвердження для виявлення неправдивої інформації. Намагаючись досягти цілі свого візиту, Маркус переходить до тактики висунення вимог, що зазвичай виражається конструкціями умовного типу *‘if you don’t ... I will....’*, погрожуючи викрити неправду своїй мамі. Задля підсилення вагомості своїх слів, обирається тактика переконання, представляються аргументовані докази, виражені реченнями з оцінними компонентами *too bad, OK*.

Авторитарний тиск як авторитарна стратегія є впливом на адресата, який полягає у тому, щоб примусити його здійснити необхідні для авторитарного комуніканта дії, небажані для адресата. Для реалізації цієї стратегії адресант може використовувати тактики наказів, погроз, звинувачень [11]. Втілення стратегії авторитарного тиску відбувається у розмові між дев’ятирічним хлопчиком Оскаром та його матір’ю. Вони говорять про померлого батька хлопчика, смерть якого мати не може прийняти, і завіряє сина, що чоловік живий і завжди поруч із ними. Хлопчик не вірить цьому і звинувачує

матір у брехні. Проте, більш за все він ображений на матір за те, що її не було вдома, коли він, повернувшись зі школи, побачив, що його батько помер :

'Don't lie to me!'

'Who's lying?'

'Where were you!'

'Where was I when?'

'That day!'

'What day?'

'The day!'

'What do you mean?'

'Where were you!'

'I was at work.'

'Why weren't you at home?'

'Because I have to go to work.'

'Why didn't you pick me up from school like the other moms?'

'Oskar, I came home as soon as I could. It takes longer for me to get home than for you to. I thought it would be better to meet you at the apartment than make you wait at school for me to get to you.'

'But you should have been home when I got home.'

'I wish I had been, but it wasn't possible.'

'You should have made it possible.'

'I can't make the impossible possible.'

'You should have.' *'She said, 'I got home as quickly as I could.' And then she started crying.*

The ax was winning [15 : 86-87].

Оскар звинувачує матір за те, що йому довелося стати свідком страшної трагедії у родині наодинці, коли матері не було поруч. Тактика звинувачення, яку застосовує хлопчик, направлена на підкреслення вини його адресата (матері), визнання нею своєї вини [14]. Досягнення комунікативної мети відбувається завдяки використанню адресантом модальних конструкцій облігаторного характеру *you should have been home, you should have made it possible*; імператива *don't lie to me!*; заперечні інтерогативи *Why weren't you at home? Why didn't you pick me up?* та уникання прямих відповідей на поставлені запитання *'Where was I when?'* *'That day!'* *'What day?'* *'The day!'* підкреслюють якою великою, на думку хлопчика, є провина матері та змушують її виправдовувати себе перед сином, однак усі виправдання (*I can't make the impossible possible, I wish I had been, I came as soon as I could*) Оскаром не сприймаються, він занадто ображений. Невербальний компонент *she started crying* підтверджує успішність застосованої тактики.

Авторитарне домінування передбачає негативне вимірювання нерівності, несправедливості та нерівноправності. Воно може включати в себе різноманітні види зловживання комунікативною владою [6 : 36]. Авторитарний комунікант може апелювати до будь-якого з видів домінування (енциклопедичного, лінгвістичного та інтерактивного), що підвищує комунікативний статус адресанта [3 : 29-30]. Характерними для стратегії домінування є тактики негативної оцінності, самосхвалення, байдужості, контролю за зміною комунікативних ролей [10]. Прояви дитячого домінування характеризуються використанням звертань, повторів, вживанням експресивної лексики. Для наголошення домінуючого статусу адресанта дитиною застосовуються невербальні компоненти комунікації (погляд у очі для переконавання співрозмовника, високо підняте підборіддя, серйозне насуплене обличчя, владна інтонація, зміна просторової орієнтації відносно співрозмовника).

Стратегія авторитарного домінування дитини представлена двома підтипами – свідоме (навмисне) та несвідоме. Свідоме домінування є застосуванням комплексу мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети в окремих ситуаціях спілкування. Дитина розуміє, що для впливу на адресата вона повинна окреслити для себе план комунікативних ходів, які вплинуть на співрозмовника і змусять його розділити думку дитини. З огляду на вік, ступінь знайомства і статус обох співрозмовників, вона обирає тактику впливу на адресата для реалізації своєї інтенції: вибір засобів домінування відбувається свідомо, за мету обирається досягнення визнання домінуючого статусу дитини. Дев'ятирічний Маркус починає розмову, намагаючись позбутися мовчання між учасниками бесіди, зблизити їх, стаючи комунікантом більш високого порядку, ніж його мати та її знайомий; спостерігачем, що особисто починає розмову, але надалі не приймає в ній участі:

Will took them to a restaurant called Twenty-eight. After they had ordered their food, Marcus hoped that Will and his mum would start talking. But they seemed to be finding it difficult to start a conversation, so he had to help them.

'Don't just sit there,' he said. 'talk to each other.'

Both Will and Fiona looked at him. 'What do you want us to talk about?'

'Anything. Politics. Films. Murders. I don't care' [16 : 25].

Стратегія свідомого домінування реалізується за допомогою тактики спонування. Маркус підбадьорює дорослих розпочати розмову, що виражається директивом *Don't just sit there, talk to each other*. Допоміжним ходом для сприяння успішності є пропонування хлопчиком можливих тем для ведення бесіди. Фраза негативної оцінності *I don't care* сприяє досягненню комунікативного наміру, оскільки несе в собі скритий дозвіл на повну свободу дій.

Особливий інтерес представляє несвідоме авторитарне домінування, коли мовець чинить вплив на свого адресата нецілеспрямовано, опосередковано, не маючи за свою іллокутивну мету нав'язати певну думку чи змусити співрозмовника прийняти рішення не на свою користь. Адресант не очікує, що його співрозмовник визнає його авторитарність, оскільки ствердження власної значущості не є ініціальною інтенцією. Більш того, відкриті прояви домінування над своїм співрозмовником, особливо дитини над дорослим, є порушенням норм комунікативної поведінки, які передбачають виявлення поваги до особи свого співрозмовника, тому негативно сприймаються та відкидаються мовцями. Несвідоме домінування породжується імпліцитно, являючись побічним продуктом застосування мовцем його ініціальних тактик спілкування. Під час процесу спілкування може відбуватися зсув комунікативного фокусу, спричинений невірним трактуванням слів мовця, його невербальної поведінки, що призводить до помилкової інтерпретації поведінки адресанта як домінуючої.

У наступній ситуації 9-річний Оскар знаходиться у кафе з Адою, подругою його сім'ї. Хлопчик робить комплімент офіціантці, котра приносить замовлення, через що остання ніяковіє та почувається некомфортно. Коли офіціантка залишає їх, Ада пояснює хлопчику, що його поведінка була некоректною:

An African-American woman brought me coffee on a silver tray. I told her, 'Your uniform is incredibly beautiful.' She looked at Ada. 'Really,' I said. 'I think light blue is a very, very beautiful color on you.' She was still looking at Ada, who said, 'Thanks, Gail.' As she walked back to the kitchen I told her, 'Gail is a beautiful name.'

When it was just the two of us again, Ada told me, 'Oskar, I think you made Gail feel quite uncomfortable.'

'What do you mean?'

'I could tell that she felt embarrassed.'

'I was just trying to be nice.'

'You might have tried too hard.'

'How can you try too hard to be nice?'

'You were being condescending.'

'What's that?'

'You were talking to her like she was a child.'

'No I wasn't.'

'There's no shame in being a maid. She does a serious job, and I pay her well.' I said, 'I was just trying to be nice' [15 : 73].

Реалізація несвідомого домінування відбувається за рахунок різного сприйняття комунікантами певних норм поведінки у суспільстві. Оскар намагався зробити дівчині приємне, зазначивши, що їй пасує вбрання та відзначивши красу її імені. Гейл, як доросла жінка, не може серйозно сприймати компліменти від дитини, бо це не є загальноприйнятним. Більш того, компліменти Оскара більше підходять дитині, аніж жінці і не є умісними. Гейл вважає, що з неї глумляться, бо вона офіціантка. Оскар не розуміє, що він справляє такий вплив на Гейл. Це виражається у його подальших відповідях інтерогативами та засобами негативності *No, I wasn't; no shame*.

Як висновок відзначимо, що дитина, як повноправний член комунікативного процесу, у певних ситуаціях може так само, як і дорослі, проявляти авторитарну поведінку по відношенню до свого співрозмовника, навіть у спілкуванні із старшими за себе мовцями. Для цього дитина застосовує стратегії авторитарної поведінки (маніпулювання, тиску, свідоме та несвідоме домінування). Успішності реалізації цих стратегій сприяють невербальні компоненти, за допомогою яких дитина підтверджує вагомість своїх слів та досягає комунікативної мети.

Перспективи дослідження полягають у вивченні особливостей втілення авторитарної мовленнєвої поведінки дитини у спілкуванні з однолітками з урахуванням статі комунікантів.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Адорно Т. Исследование авторитарной личности / Т. Адорно // под общей ред. В.П. Култыгина. – М. : Серебряные нити, 2001. – 416 с.

2. Барташева А.И. Взаимодействие невербальных и вербальных компонентов ситуации коммуникативного доминирования в англоязычном дискурсе : дис. ...кандидата филол. Наук : 10.02.04 / Барташева Анна Игоревна. – Харьков, 2004. – 199 с.

3. Богданов В.В. Коммуникативная компетенция и коммуникативное лидерство / В.В. Богданов // Язык, дискурс и личность: Межвузовский сб. научных трудов. – Тверь: Изд-во ТГУ, 1990. – С. 26-31.
4. Венгер Л.А. Педагогика способностей / Л.А. Венгер. – М.: Знание, 1973. – 117 с.
5. Горелов И.Н. Основы психолингвистики: учеб. пособие / И.Н. Горелов, К.Ф. Седов. – М., 2001. – 304 с.
6. Дейк Т.А. Ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т.А. Ван Дейк // Пер. с англ. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 344 с.
7. Доценко Е.Л. Психология манипуляции / Е.Л. Доценко. – М.: Прогресс, 1996. – 268 с.
8. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. Изд. 2-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
9. Карасик В. И. Этнокультурные типы институционального дискурса / В.И. Карасик // Этнокультурная специфика речевой деятельности: Сб. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 37-64.
10. Козлова В.В. Реалізація виховного впливу в англomовному парентальному дискурсі: структурно-семантичний та прагматичний аспекти. Дис. ... на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук: 10.02.04 / Козлова Вікторія Вікторівна. – Х., 2012. – 219 с.
11. Крючкова П.Г. Авторитарний дискурс (на матеріалі сучасної англійської мови). Дис. ... на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук: 10.02.04 / Крючкова Поліна Георгіївна. – К., 2003. – 193 с.
12. Пушкин А.А. Способ организации дискурса и типология языковых личностей / А.А. Пушкин // Язык, дискурс и личность: межвуз. сб. науч. трудов. – Тверь: ТГУ, 1990. – С. 50-59.
13. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі / Л.В. Солощук. – Харків: Константа, 2006. – 300 с.
14. Шахновська І.І. Емотивні висловлення як засіб реалізації комунікативної тактики звинувачення / І.І. Шахновська // Нова Філологія: зб. наук. праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2013. – № 55. – С. 244-247.
15. Foer J.S. Extremely loud and incredibly close / J.S. Foer. – New York: Mariner Books, Reprint Edition. – 368 p.
16. Hornby N. About a boy / N. Hornby. – Penguin Books, 2003. – 288 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Пахаренко Анастасія – викладач кафедри англійської філології факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Наукові інтереси: лінгвістична прагматика, дискурсологія, невербаліка.

УДК 811.161.2'42:659.13/16

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Марина СЛАВІНСЬКА (Одеса, Україна)

Статтю присвячено виокремленню комунікативних стратегій, що реалізуються в слоганах українськомовної соціальної реклами для здійснення впливу на реципієнта.

Ключові слова: реклама, соціальна реклама, комунікативна стратегія, вплив, ефективність, специфіка, семантика.

The article is devoted to communicative strategies which are realised in slogans of Ukrainian public service announcements to influence on recipient.

Key words: advertising, public service announcements, communicative strategies, effectiveness, influence, specifics, semantics.

Дослідження впливових аспектів мови викликає зацікавлення як зарубіжних учених (В. Берельсон, С. Бернштейн, Б. Грушин, В. Карасик, П. Лазарфельд, О. Леонт'єв, Б. Поршнев, Л. Сахарний, Й. Стернін, І. Сусов, Г. Франке, З. Харріс, І. Черепанова, Л. Якубинський та ін.), так і вітчизняних дослідників (С. Бронікова, Н. Слухай, Н. Кутуза, Т. Ковалевська, В. Різун, М. Феллер та ін.), що найяскравіше виявилось в аналізі рекламних текстів [7], увиразнюючи релевантність їхнього аналізу в зазначеному аспекті.

Для здійснення ефективного впливу на аудиторію рекламісти використовують певні комунікативні стратегії, тому, як зазначає О. Иссерс, основною проблематикою лінгвістичного аналізу впливу є вивчення стратегій мовця та тих ресурсів, які визначають досягнення комунікативної мети [5:23], а також подальша розробка понять «комунікативна стратегія», «комунікативна тактика», «комунікативний прийом» (Т. Ван Дейк, С. Верещагін, В. Костомаров, І. Стернін, О. Иссерс та ін.). Такий підхід уможливить реалізацію принципу системності в процесі моделювання рекламного впливу, оскільки об'єктом такого впливу є адресат (людина) як система, а «мішенями» впливу – його психічні процеси та когнітивні структури [2].

За твердженням дослідників, комунікативна стратегія – це головна мета мовця, спрямована на досягнення комунікативної або практичної цілі і розрахована на певний перлокутивний ефект; тактика – одна чи декілька конкретних дій, які допомагають реалізації стратегії; завдяки ж прийомам тактика набуває своєї форми [2]. Розробка комунікативних стратегій – головний етап рекламної кампанії як такої, що визначає інформаційну сутність повідомлення [7]. Тексти реклами як фундаментальні елементи рекламної кампанії є результатом свідомого конструювання, мета якого – здійснити певний вплив на аудиторію, тому детальне вивчення