

УДК 811.111'42  
ББК Ш143.21:Ш055.1

## ТИПОЛОГІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

КАЧМАР О.Ю.

*Ужгородський національний університет*

У статті розглянуто особливості комунікативних стратегій учасників психотерапевтичного сеансу. Охарактеризовано основні підходи до трактування дискурсивної стратегії, виявлено взаємозв'язок та основні відмінності між дискурсивними стратегіями й тактиками. Окрім того, у дослідженні окреслено специфіку комунікативних стратегій в англомовному психотерапевтичному дискурсі та проаналізовано їхні класифікації.

**Ключові слова:** дискурсивна стратегія, тактика, комунікативний акт, психотерапевтичний дискурс, інтенція.

The article deals with the communicative strategies of psychotherapeutic session's participants. The main approaches to the analysis of discursive strategies are characterized in it, as well as relationship and major differences between discursive strategies and tactics. In addition, the research outlines the specific features of communicative strategies in the psychotherapeutic discourse and analyzes their classification.

**Key words:** discursive strategy, tactics, communicative act, psychotherapeutic discourse, intention.

Будь-яка діяльність людини, у тому числі й мовленнєва, спрямована на досягнення конкретної мети, що зумовлює вибір конкретних дій. Увесь процес діяльності націлений на отримання певних результатів, а отже потребує планування та контролю над виконанням.

Для мовлення людини як особливого виду діяльності характерні такі ознаки, як: специфічна мотивація та фазовість, що охоплює орієнтування, планування ("внутрішнє програмування"), реалізацію і контроль. Воно може бути активним, щоразу конструйованим заново, та реактивним, репрезентованим у вигляді ланцюга динамічних мовних стереотипів. Під час спонтанного мовлення свідомо підготовка та оцінка мовних засобів зведена до мінімуму, тоді як письмовому мовленню або підготовленому усному мовленню значною мірою властива виваженість та продуманість. Тому цілком очевидним є факт свідомого стратегічного й тактичного планування мовлення адресатом.

У загальному розумінні стратегію визначають як мистецтво планування, що базується на виважених далекоглядних прогнозах. Дискурсивна ж, або комунікативна, стратегія є планом оптимального втілення певного комунікативного наміру відправника повідомлення, чітким плануванням процесу мовленнєвої комунікації, залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, або ж комплексом мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети" [9, с. 54; 20, с. 65].

Дослідники здебільшого наголошують на когнітивній природі дискурсивних стратегій і характеризують їх як спроектовані до сфери мовленнєвої взаємодії когнітивні стратегії, спрямовані на ефективне маніпулювання утворюваними висновками [1; 5; 10; 15; 19; 20; 23; 24; 29; 33].

Учені також стверджують, що дискурсивна стратегія реалізується на засадах когнітивних вимірів, зокрема планування й контролю. Однак, механізми здійснення таких ментальних

процедур поки що не доступні для лінгвістичного аналізу. Можливим наразі є вивчення лише лінгвістичних та інтеракційних характеристик, що дають змогу виявити, якими засобами і шляхами можна досягти поставлених цілей.

Мета статті – з'ясувати й описати особливості комунікативних стратегій учасників психотерапевтичного сеансу.

Це зумовлює виконання таких завдань:

- 1) охарактеризувати основні підходи до трактування дискурсивної стратегії;
- 2) виявити взаємозв'язок та основні відмінності між дискурсивними стратегіями й тактиками;
- 3) окреслити специфіку комунікативної стратегії в англійському психотерапевтичному дискурсі;
- 4) проаналізувати наявні класифікації стратегій психотерапевтичного сеансу.

Дискурсивна стратегія – це комунікативно-соціальна сукупність чинників свідомості, мислення, мови або мовлення. Мовленнєва поведінка комунікантів планується ними заздалегідь з метою вирішити спільне глобальне мовне завдання спілкування в безпосередній інтеракції, а отже стратегія постає як когнітивний процес, у якому мовець співвідносить свій комунікативний намір з конкретними мовними виразами [32, с. 197]. Водночас дискурсивна стратегія – це й тип поведінки одного з партнерів у певній ситуації діалогічного спілкування, зумовлений планом досягнення глобальної і локальної комунікативних цілей у межах типового сценарію функціонально-семантичної репрезентації інтерактивного типу [16, с. 103].

До конститутивних характеристик дискурсивної стратегії належить здатність матеріалізованого комунікативного наміру організувати соціальну діяльність суб'єктів спілкування через його співвіднесення із стандартними нормативно-ціннісними суспільними уявленнями представників національно-мовного менталітету [18, с. 85], тобто стратегія передбачає використання мови як знаряддя впливу і регуляції соціальної поведінки. Ментальним корелятом дискурсивної стратегії є концептуалізоване знання, актуальне для реалізації комунікативного наміру [18, с. 85–92], як об'єктне (таке, що відображає онтологію відповідного денотата), так і суб'єктне (таке, що відображає особливості сприйняття денотата суб'єктом пізнання) [13, с. 159]. Вербальним корелятом дискурсивної стратегії виступає весь матеріальний план дискурсу. Дискурсивні стратегії ґрунтуються на стереотипах і об'єктивуються в окремих, відповідних їм, фрагментах дискурсу [19, с. 325].

Дискурсивна тактика співвідноситься вже не з комунікативною метою, а з комунікативними намірами учасників у момент їхнього мовлення (комунікативного ходу або репліки). Тактика перебуває у видо-родових відношеннях зі стратегією і може позначати одну чи декілька дій, що сприяють реалізації стратегії і власне є інструментами мовця [7, с. 31; 9, с. 110–111].

У динамічному комунікативному просторі може відбуватися комбінація дискурсивних стратегій/комунікативних тактик, тобто певна стратегія може стати тактикою в межах певної більш загальної стратегії. Інколи за своєю номенклатурою тактики можуть ототожнюватися з поняттям мовленнєвого акту (прохання, погроза, обіцянка). Але якщо увага теорії мовленнєвих актів сфокусована на висловленні поза діалогом, то поняття тактики значно ширше і може бути дослідженим лише в режимі реального спілкування з урахуванням усіх факторів (психологічних, соціальних тощо), невідривно від контексту. Крім того, тактика може містити кілька висловлень і послуговуватися цілим комплексом мовних засобів.

Дискурсивні стратегії класифікують за різними критеріями.

Т. ван Дейк, послуговуючись критерієм ієрархічності, виділяє глобальну й локальну дискурсивні стратегії: глобальна стратегія корелює з глобальною ціллю дискурсу й охоплює весь дискурс, підпорядковуючи локальні стратегії, спрямовані на реалізацію більш конкретних цілей [5, с. 274–277].

Глобальна стратегія учасників психотерапевтичного сеансу втілюється у глобальній інтенції (або комунікативному намірі), що полягає у встановленні мотиву і, відповідно, інтенції (комунікативної мети), бо мотив визначає інтенцію.

Мотив об'єкта психотерапевтичного сеансу – отримати психологічну допомогу: позбавитися психологічної проблеми, дискомфорту, душевного болю, досягти душевної гармонії; мотив суб'єкта – встановити причину болю (психологічного дискомфорту) і допомогти пацієнту досягти душевної рівноваги.

Цікавим наразі є питання усвідомленості мотивів: суб'єкт діє цілком свідомо, його стратегії є усвідомленими й раціональними (принаймні повинні бути раціональними, бо він фахівець, професіонал), а об'єкт не завжди розуміє суть проблеми. Він приходить до терапевта, щоб усвідомити це шляхом її вербалізації. З іншого боку, пацієнт, який має проблему на рівні підсвідомості, хоче її позбутися; завдання психотерапевта цю проблему визначити й вивести на рівень свідомості.

Відповідно за принципом **інтенція / інструменти реалізації інтенції** комунікативні стратегії поділяють так:

а) інструментальні стратегії й тактики – мовленнєва поведінка учасників комунікативного акту, за рахунок якої вони реалізують локальну, а в кінцевому підсумку – і глобальну інтенцію. Сюди відносимо наратив, раціональну аргументацію, накопичення інформації тощо;

б) інтенціональні стратегії, що виражають втілення певного комунікативного наміру, а саме – яку конкретно локальну інтенцію виражають у повідомленні.

Для чіткішого розуміння тактико-стратегічного потенціалу доречно схарактеризувати їхні особливості з урахуванням ролі учасників психотерапевтичного сеансу – об'єкта та суб'єкта зазначеного процесу.

Отже, інструментальні комунікативні стратегії і тактики **об'єкта** психотерапевтичного сеансу є основними, оскільки переважають у кількісному плані. До цієї групи належить наративна стратегія, що передає перебіг розвитку минулих подій. Лора, пацієнтка на прийомі, з фільму “In Treatment” обирає саме таку стратегію:

*In the series premiere of this HBO drama series about a therapist (Gabriel Byrne) and his patients, a young attractive doctor (Melissa George) shocks Paul by divulging the real motives behind her sordid bar encounter with a stranger.*

*Laura: I told you.*

*Paul: Told me what?*

*L: That you'd be sorry you ever encouraged me to cry here.*

*P: I'm not sorry at all.*

*L: You didn't expect it to be like this, I bet.*

*P: Like what? ( уточнювальне запитання )*

*L: You know what? It's disappointing.*

*I thought I'd feel better, relieved (“In Treatment”, 1st Episode).*

Наративні тактики, застосовані в описаному фрагменті, характеризуються такими особливостями, як:

- 1) вживання Past Simple для опису перебігу подій;
- 2) вживання Present Simple для опису подій, що мають для неї найбільшу значущість/ позначені найбільшою емоційністю;
- 3) номінативні речення;
- 4) речення без підмета – еліптичні речення;
- 5) пряма мова – передання емоцій словами героя.

Кожна інструментальна тактика корелює з певною **інтенціональною тактикою**. Наприклад, вживання Present Simple допомагає пацієнту зробити описувані події більш значущими, сфокусувати на них увагу терапевта тощо, тут інтенцію можна сформулювати як зосередження уваги на описуваній події.

Серед допоміжних стратегій варто виокремити такі:

1. Стратегія емоційного “зараження” – просте передання емоційного стану, що супроводжує наратив, і в такий спосіб “зараження” цим станом адресата.

Тактики емоційного “зараження”:

- 1) вживання лексики на позначення емоційних станів (disgusting);
- 2) вживання лексики-табу (лайливі слова);
- 3) звертання до Бога;
- 4) імпліцитне посилання на той чи інший емоційний стан;
- 5) невербальні тактики: поведінка, міміка, жести.

Актуалізація окремих тактик проілюстрована у фрагменті з фільму:

L: *You know, I've been sitting out in the park about four hours.*

P: *Out here?*

L: *Yeah.*

*I wanted to call it off, the session, but... (aposiopesis)*

*I wasn't sure I'd be able to make it home alone.*

*I took a cab here. My car's at home. God, at least I think it is.*

*Yeah yeah, my car's at home. My God, it's freezing.*

*I came this close to knocking on your door and asking for a sweater.*

P: *When was that?*

L: *I don't know. Maybe 5:00 or 6:00, I can't remember.*

*It was still dark. I waited for the sun to come up.*

*I've never waited this long for a sunrise, except maybe on a camping trip in fifth grade. Thank you (“In Treatment”, 1st Episode).*

Іntenція повідомлення – передати власний емоційний стан, хоча, можливо, пацієнт і не усвідомлює цієї інтенції.

2. Стратегія емоційної аргументації забезпечує висловлення думки чи оцінки ситуації без аргументів, чому власне мовець так думає. У мовленні актуалізується заперечно-оцінними та стверджувально-оцінними реченнями.

Емоційна (риторична) аргументація апелює до емоційної сфери свідомості адресата. Емоційна / емотивна компетенція є одним із найважливіших компонентів комунікативної компетенції [21, с. 40]. Оскільки нормальне спілкування щоразу припускає певний інтелект, а спілкування без емоцій неможливе, то слушним є висновок про існування емоційного інтелекту як бази емотивної /емоційної компетенції [28, р. 195].

В основі емоційної аргументації лежить теза у вигляді особистої думки адресанта, яку він намагатиметься довести за допомогою аргументів-образів – риторичних фігур, яким властивий емоційний відтінок [13, с. 161; 14, с. 361].

L: *I thought it'd be a lot more fun.*

P: *And it isn't?*

L: *No, it's horrible. I don't know if I'm able to talk today, Paul. I shouldn't have come. I should have just. I should have just called it off. I'm sorry.*

P: *Are you all right?*

L: *Yeah.*

P: *Sit down. Sit* (“In Treatment”, 1st Episode).

Під час емоційної аргументації переконування, на відміну від доведення, що спирається на статистичні дані, переважно містить стилістичні засоби, які, надаючи аргументам емоційного забарвлення переконливого мовлення, тим самим сприяють впливу на емоційно-психологічну сферу свідомості адресата.

Емоційна аргументація представляє перехід реципієнта в особливий психічний стан, який на мовленнєвому рівні задається вживанням емоційно забарвленої лексики, семасіологічних стилістичних засобів (тропів) [13, с. 160] і синтаксичними конструкціями, що не містять каузального зв'язку. У риторичі такий вид впливу називають пафосним й відносять до нього все те, що змушує людей змінювати свої рішення, з чим пов'язані почуття задоволення або незадоволення, зокрема гнів, страждання, страх тощо. Емоційне зараження означає викликання емоції або пристрасті, тобто певного емоційного стану, в адресата, під час якого адресант впроваджує свої установки до його свідомості, таким чином передаючи власні переконання [14, с. 354].

Емоційна мотивація психотерапевтичного дискурсу базується на пресупозиції, що реципієнт підсвідомо прагне позитивного афективного стану, який би протягом деякого часу забезпечив ейфорію, позбавив тягаря суспільно-економічних та буденних проблем.

3. Сугестивна стратегія. Її застосовують для посилення впливу нарративної стратегії на адресата, у нашому випадку – лікаря-психотерапевта.

Переконування адресата здійснюється не тільки за допомогою раціональної та емоційної аргументації, а й сугестії [11, с. 23; 12, с. 16], яку визначають як процес впливу на психічну сферу позасвідомого, пов'язаний зі зниженням критичності під час сприйняття навіюваного змісту за відсутності цілеспрямованого активного його розуміння, розгорнутого логічного аналізу й оцінки у співвіднесенні з минулим досвідом і нинішнім станом суб'єкта; штучне прищеплення різних емоційно-психічних явищ, таких, як настрої, зовнішнє враження, ідея або конкретна дія іншої людини [25, с. 146–147]; збудження або прищеплення через слова відповідного зовнішнього або внутрішнього подразнювання; подача інформації, сприйманої адресатом без критичної оцінки, латентний (прихований) вплив на плин нервово-психічних процесів.

Результатом сугестії є породження відчуттів, уявлень, емоційних станів і вольових спонукань без активної участі особистості, без логічної переробки сприйманого. При цьому форма сугестивного подразника (вербальний або інший засіб комунікації) диспласична: вона “визначає”, що не потрібно вселяти людині ту дію або уявлення, які здатні породити його власні відчуття й імпульси. Більше того, щоб тимчасово паралізувати ці відчуття й імпульси фактор, що вселяє/навіює, повинен лежати поза нормами й механізмами конкретної сигнальної системи, “породженої як система примушування між індивідами: чого не робити, а що робити”. Сугестивний вплив зорієнтовує кінцевого адресата (електорат) так, що в нього “складається ілюзорна впевненість” про самостійне прийняття рішення або досягнення певного висновку [8, с. 116].

Сугестивні тактики охоплюють повтор (контактний, дискантний і його різновиди) та інтенцію – самовираження, донесення важливої для мовця думки чи емоції до адресата. З іншого боку, повтор може просто передавати збуджений емоційний стан і тоді він неінтенціональний.

4. Стратегія раціональної аргументації.

Аргументація є соціальною, інтелектуальною, вербальною діяльністю, що сприяє обґрунтуванню або спростуванню точки зору, представленої системою тверджень, спрямованих на досягнення схвалення від певної аудиторії [4, с. 26; 11, с. 5; 31].

На когнітивному рівні в основі аргументації лежить інференційна структура з посиланнями у вигляді комплексних соціальних уявлень, понять на базі духовних, емоційних та психічних прагнень особистості [4, с. 10; 27, с. 229; 30, с. 63;]. Під час аргументації усі ці посилання залишаються в імплікації, визначаючи стратегії і тактики спілкування, керуючи вибором мовних засобів, вона виступає своєрідним “конгломератом” [14, с. 360] стратегій і тактик, тобто базу для їх реалізації.

Аргументація як спосіб мовленнєвого впливу буває двох видів: раціональною (логічною) та емоційною [2, с. 48; 3, с. 118–122; 4, с. 11; 11; 13; 14, с. 36; 17, с. 12; 27, с. 1–84].

Раціональну (логічну) аргументацію витлумачують як процес здійснення раціонального впливу на свідомість адресата з метою обґрунтування достовірності знання на основі сукупності логіко-гносеологічних процедур [13, с. 160]. Вона представлена сукупністю тез і аргументів, що забезпечують логічний механізм доведення й апелюють до здорового глузду. Її завдання полягає в тому, щоб довести адресату переваги та необхідність у виконанні певної дії або прийнятті тієї чи іншої точки зору. Процес доведення базується на критичному осмисленні отриманої інформації та співвіднесенні її з попереднім власним життєвим досвідом [6, с. 147]. Переконування адресата здійснюється через обґрунтування правильності своєї позиції: завдання мовця полягає не тільки в тому, щоб запропонувати систему аргументів на захист певної ідеї, а й у тому, щоб забезпечити її зрозумілість, доступність адресату [18, с. 63] за рахунок достовірності аргументів, їхньої несуперечливості та послідовності представлення.

5. Стратегія запиту інформації актуалізується в мовленні використанням інформативних запитань.

Комунікативні стратегії й тактики психотерапевта – суб'єкта психотерапевтичного сеансу також є інструментальними. Сюди належать:

1. Стратегія запиту або накопичення інформації:

а) формулювання запитань – це запит інформації та уточнення для спрямування наративу пацієнта у потрібне русло;

б) різні форми імператива, що спонукають дати відповіді на запитання: *you'd better/let's talk about* тощо; інтенція ж полягає в накопиченні фактів для використання в аргументації здійснення терапевтичного впливу.

2. Стратегія емоційної аргументації, що охоплює тактики заперечення та тактики доведення.

3. Стратегія емоційного “зараження”, що актуалізує імпліцитний вияв емоцій: демонстрацію піклування чи заспокоювання пацієнта.

4) Раціональна аргументація, що лягає в основу психотерапевтичних висновків – формулювання психологічних проблем, тобто реалізації глобальної інтенції психотерапевта.

Виконане дослідження дає підстави зробити такі висновки:

1. У загальному розумінні дискурсивна стратегія – комунікативний намір мовця, сформований на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань. Вона охоплює мовну об'єктивацію цього наміру та надає йому інтерактивного статусу через осмислення вербалізованого наміру всіма суб'єктами.

2. У когнітивному плані стратегії психотерапевтичного дискурсу з позиції продуцента мовлення є вербалізацією наявних у свідомості когнітивних аргументативних структур, а з позиції реципієнта – активною цілеспрямованою діяльністю з інтеріоризації авторської когнітивної аргументативної моделі й побудови на її основі власного варіанта з компонентами авторського особистісного смислу і суб'єктивними інтерпретативними елементами, що в сукупності породжують нову інтегративну когнітивну структуру.

3. В узагальненому вигляді стратегія і тактика співвідносяться як інваріант із варіантом. Тактика виражена експліцитно з метою мовленнєвого впливу та коригування мовленнєвої взаємодії комунікантів. Тактиці властивий динамічний характер, що забезпечує гнучкість стратегії, тобто надає комуніканту можливість оперативно реагувати на ситуацію, застосовувачи свої мовленнєві навички.

4. Стратегії учасників психотерапевтичного сеансу втілені в їхньому комунікативному намірі, що полягає у встановленні мотиву і, відповідно, інтенції, оскільки перше визначає останнє. Ключовим є питання усвідомленості мотивів: суб'єкт діє цілком свідомо і його стратегії є усвідомленими і раціональними, тоді як об'єкт переважно не розуміє суті проблеми.

5. Класифікацію комунікативних стратегій у межах психотерапевтичного сеансу здійснено за принципом інтенції та інструментів її реалізації. З оперттям на таке розуміння виокремлено інструментальні та інтенціональні стратегії. Для чіткішого розуміння особливостей тактико-стратегічного потенціалу його специфіку висвітлено з урахуванням ролі учасників психотерапевтичного сеансу – об'єкта та суб'єкта зазначеного процесу.

Виконане дослідження відкриває перспективи для розроблення методики аналізу комунікативної взаємодії учасників психотерапевтичного сеансу з урахуванням тактико-стратегічного потенціалу відповідного англомовного дискурсу.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Аксьонова Г.Н. Когнитивные стратегии аргументативной речевой деятельности (на материале судебной речи): дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 / Галина Николаевна Аксьонова. – Барнаул, 2003. – 199 с.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации : [монография] / А.Д. Белова – К. : Киев. ун-т им. Тараса Шевченко, ИИА “Астрей”, 1997. – 310 с.
3. Берков В.Ф. Аргументация как речь / В.Ф. Берков // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. научн. конф., 3–4 мая 2001 г. : тезисы докл. : [в 3-х ч.] ; редкол. : Д.Г. Богушевич [и др.]. – Минск : Минский гос. лингвист. ун-т, 2001. – Ч. 1. – С. 118–122.
4. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2004. – № 10. – С. 11–16.
5. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк ; [пер. с англ.] / [сост. В.В. Петрова]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
6. Демьянков В.З. Коммуникативное воздействие на структуру сознания / В.З. Демьянков // Роль языка в структурировании сознания. – М. : Институт философии АН СССР. – 1984. – Ч. 1. – С. 138–161.
7. Ємельянова О.В. Варіативність комунікативних стратегій та тактик дискурсу фінансового прогнозу / Ємельянова О.В. // Вісник ХНУ. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна. – 2011. – № 953. – Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – С. 30–41.
8. Ільницька Л.Л. Особливості використання сугестивних та маніпулятивних технологій у сучасному англомовному політичному дискурсі / Л.Л. Ільницька // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К. : Логос, 2010. – С. 115–125.
9. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – [изд. 5-е]. – М. : ЛКИ, 2008. – 288 с.
10. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280 с.
11. Малишенко А.О. Одиниці аналізу англомовного рекламного дискурсу / А.О. Малишенко // Новітня філологія : науковий журнал. – Миколаїв : МДГУ імені Петра Могили. – 2009. – № 13(33). – С. 14–26.
12. Мартинюк А.П. Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць (на матеріалі сучасного англомовного публіцистичного дискурсу) : автореф. дис. ... докт. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / А. П. Мартинюк. – К., 2006. – 42 с.
13. Мартинюк А.П. Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами / А.П. Мартинюк // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – 2009. – Вип. 3. – С. 159–167.
14. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса : [монография] / А.В. Олянич. – М. : “Гнозис”, 2007. – 407 с.
15. Піщікова К.В. Стратегії домінування в аргументативному дискурсі: гендерний аналіз (на матеріалі англійської мови) [Електронний ресурс] : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / К.В. Піщікова. – Х., 2003. – 19 с.

16. Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения / А.А. Романов. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1988. – 183 с.
17. Сергеев В.М. Когнитивные методы в социальных исследованиях / В.М. Сергеев // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 3–20.
18. Стернин И.А. Практическая риторика : [учеб. пособие для вузов] / И.А. Стернин. – М. : Академия, 2003. – 272 с.
19. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : [монографія] / І.Є. Фролова. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
20. Фролова И.Е. Дискурсивные свойства стратегии конфронтации / Фролова И.Е. // Проблемы лингвистики и лингводидактики: Междунар. сб. научн. ст. / Под ред. С.А. Моисеивой, Л.Г. Петровой. – Белгород : ИПЦ “ПОЛИТЕРРА”, 2013. – Вып. 1. – С. 322–330.
21. Чернявская В.Е. Программа политической партии как персуазивный текст / В.Е. Чернявская, И.Ю. Логинова // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2005. – № 11. – С. 64–75.
22. Шаховский В.И. Эмоции как объект исследования в лингвистике / В.И. Шаховский // Вопросы психолингвистики. – 2009. – № 9. – С. 29–42.
23. Шевченко І.С. Метадискурсивные категории диалогического дискурса / І.С. Шевченко // Функциональная лингвистика : научн. журнал. – 2011(а). – Т. 2, № 2. – С. 292–294.
24. Шевченко І.С. Дискурс и его категории / І.С. Шевченко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2011(б). – № 973. – Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – С. 6–12.
25. Dressler W. The thread of Discourse / W. Dressler // Journal of Linguistics. – 1977. – Vol. 13, № 2. – P. 320–321.
26. Eemeren F.H. van. Strategic Maneuvering in Argumentative Discourse: Extending the Pragmadiialectical Theory of Argumentation / F.H. van Eemeren. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Pub., 2010. – 308 p.
27. Gilbert M.A. Goals in Argumentation / M.A. Gilbert // Practical Reasoning. – Bonn, 1996. – P. 1–8.
28. Goleman D. Emotional Intelligence / D. Goleman. – N. Y. : Bloomsbury Publishing, 1995. – 353 p.
29. Heisler T. Evaluative metadiscursive comments and face-work in conversational discourse / T. Heisler, D. Vincent, A. Bergeron // Journal of Pragmatics. – 2003. – V. 35 – P. 1613–1631.
30. Jasinski J. An Exploration of Form and Force in Rhethoric and Argumentation / J. Jasinski // Argumentation theory and the Rhethoric of Assent. – Alabama : The University of Alabama Press, 1990. – P. 53–68.
31. Jensen J.V. Argumentation: Reasoning in Communication / J.V. Jensen. – N.Y. : Van Nostrand, 1981. – 311 p.
32. Levy D. Communicative goals and strategies: between discourse and syntax / D. Levy // Syntax and semantics. – 1979. – V. 12. – P. 183–210.
33. Villaume W.A. Interaction involvement and discourse strategies: The patterned use of cohesive devices in conversation / W.A. Villaume, D. J. Cegala // Communication Monographs, 1988. – P. 22–40.

*Дата надходження до редакції 25.10.2016*