

3. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века. Москва : ИЯ РАН, 1995. С. 144–238.
4. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення : [монографія]. Ужгород : Закарпаття, 1999. 240 с.
5. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. Київ : Брама, Изд. Вовчок О. Ю., 2004. 336 с.
6. Худолій А. О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця XX – початку XXI століття : монографія. Острог : Вид-во НаУОА, 2006. 384 с.
7. Чумак Л. М. Лексичні інновації в англійському медійному дискурсі початку XXI століття : структурний і лінгвопрагматичний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Л. М. Чумак. – Київ, 2018. – 269 с.
8. Шелякин М. А. Язык и человек: К проблеме мотивированности языковой системы : учеб. пособие. Москва : Флинта: Наука, 2005. 296 с.
9. Ярощук І. П. Комунікативно-прагматичні особливості утворення оказіональних антрополексем в сучасній англійській мові // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Харків : Константа, 2007. Вип. 53. С. 62–65.

М.В. Шмуйло, О.О. Кодубовська
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ЖІНОЧІ ТАКТИКИ ПЕРЕКОНАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ФІЛЬМІ «CONFESSIONS OF A SHOPAHOLIC»

Міжособистісні контакти часто здійснюються в умовах контактних ситуацій спілкування, які є невід’ємною частиною людської комунікації. Дії, вчинки та мовленнєва діяльність комунікантів скеровуються низкою їх потреб, бажань, інтересів – мотивами, які зумовлюють формування стратегій, під якими Л. Безугла розуміє когнітивно-прагматичні програми спілкування, що визначають характер реалізації комунікативних актів у дискурсі [1: 83].

Тактику слідом за Л. Безуголю трактуємо як складову стратегії, що впливає на вибір мовцем засобів здійснення комунікативних дій [1: 85]. Інструментами тактики є прийоми – різноманітні способи реалізації.

Тобто, кожна комунікативна стратегія характеризується низкою тактик, які задіяні у процесі її реалізації [2: 35]. Відношення між стратегією

і тактикою визначають як рід та вид, варіант та інваріант, інтенція та комунікативна дія.

Стратегія кооперації в персональному мовленні реалізується шляхом застосування комунікантом кооперативних тактик, які реалізуються за допомогою мовленнєвих актів та виступають їх структурними елементами.

Однією із кооперативних тактик є тактика переконання, що реалізується в аргументативному мовленнєвому акті. Зазначена тактика полягає в прагненні мовця висловити свою точку зору та змусити його прийняти рішення. Переконання виступає одним із основних засобів кооперативної взаємодії персонажів та супроводжується наведенням аргументів, фактів.

У ситуації спілкування Ребекки та продавчині, остання реалізує тактику переконання наступним чином:

- *The green scarf, please.*
- *Good choice. It's the last one* [3].

У вищенаведеному прикладі продавчиня зацікавлена в тому, щоб дівчина купила товар із розпродажу. Вона схвалює вибір дівчини, використовуючи кліше (*good choice*), а фраза (*it's the last one*) демонструє «цінність» покупки тим, що усі екземпляри вже розкупили і якщо вона буде довго роздумувати, то і цей куплять. Попри клішованість та традиційність таких фраз продавчиня здійснила бажаний прагматичний вплив на Ребекку і переконала її в необхідності даної речі.

У наступному прикладі Ребекка намагається переконати продавця хот-догів дати їй решту із чека:

- *Excuse me. It's an emergency.*
- *Back of the line!*
- *Excuse me, this is an emergency. Excuse you, excuse me! Do you do cash back?*
- *What?*
- *If I give you a check for \$23, will you give me one of your hot dogs and \$20 cash back, please?*
- *Do I look like a bank?*
- *I have an interview. They don't hold items. It's a desperately important scarf. Desperately important scarf. Know what? It's for my great-aunt. She's in the hospital.*
- *Can you ask them to turn the heating up?*
- *Want mustard with that?*
- *Please. I will buy all of your hot dogs.*
- *You'll take 97 hot dogs?*
- *Done* [3].

У вищенаведеному прикладі Ребецці потрібно терміново отримати готівку. Ситуація ускладнюється тим, що розмова відбувається у присутності черги, незадоволеної тим, що Ребекка відволікає продавця. Спочатку дівчина вибачається, постійно повторюючи (*excuse me*) та використовує прийом самовиправдання (*this is an emergency*). Лексема *emergency* має допомогти переконати інших у невідкладності її дій. Після цього мовець вдається до аргументів (*I have an interview. They don't hold items*). В останньому реченні дівчина посилається на інших людей, оскільки знає, що перевірити це неможливо. Для переконливості вона вживає такі слова та словосполучення, як *emergency, desperately important*, використовує повтори (*desperately important scarf. Desperately important scarf*). Ребекка наводить хибні аргументи, вдається до брехні (*It's for my great-aunt*). Використовує маніпуляцію, бажаючи розчулити співрозмовників (*She's in the hospital*). Для підсилення прагматичного впливу дівчина використовує тактику обіцянки (*I will buy all of your hot dogs*).

Наступний діалог відбувається під час прес-конференції і до тактики переконання вдаються як чоловік, так і жінка:

– *Now, what we have here, Rebecca, is a situation in which someone needs to be asking some very hard questions.*

– *Absolutely.*

– *Put your hand up.*

– *What? No!*

– *Put your hand up.*

– *I don't have hard-hitting questions.*

– *I'll give you questions.*

– *I'm gonna take notes.*

– *No, Put your hand up.*

– *I'm more of a student.*

– *You'll be fine. Put your hand up.*

– *Hello. Hi. Hello [3].*

Чоловік переконує, що жінка має поставити неприємні запитання, а жінка-журналістка, в свою чергу, переконує співрозмовника у тому, що не може цього зробити. Зокрема, вона використовує такі способи переконання, як самовиправдання (*I don't have hard-hitting questions*), пропозицію (*I'm gonna take notes*), аргументацію (*I'm more of a student*).

Подана нище ситуація відбувається під час розпродажу і дві жінки переконують одна одну, що саме одна з них має купити чоботи:

– *Jeannie, Pucci boots!*

– *Uh, oh, I'm so sorry. I had 'em first.*

– *But you put them down.*

– *No, I know I did, but I saw 'em first, so I'm gonna take 'em.*

- *Then you took your hands off them.*
- *Give me the boots, and no one gets hurt! Give me the boots. Give me the boots!*
- *Look! There's a sale on Burberry!*
- *That's the oldest trick in the book! Give 'em!*
- *Don't you tell me...*
- *Give me the boots! I waited in line all morning for this [3]!*

Для переконання спочатку використовуються аргументи, що мають апелювати до логіки співрозмовника, так, з боку першої жінки (*I had 'em first; I saw 'em first*), а з боку другої жінки (*But you put them down*). На цьому етапі жінки вказують, що частково погоджуються із аргументами опонентки, але власні аргументи їм вдаються переконливішими. Зокрема, це досягається за допомогою використання протиставного сполучника *but*, у тому числі у складі фрази (*I know I did, but...*). Логічність власних висновків відтворюється за допомогою сполучника *so* (*so I'm gonna take 'em*). У якості засобів переконання жінки використовують тактику наказу (*Then you took your hands off them; Give me the boots. Give me the boots!*), а також тактику погрози (*Give me the boots, and no one gets hurt!*). Під кінець діалогу одна з жінок намагається відволікти увагу (*Look! There's a sale on Burberry!*) та знову повертається до тактики наказу, використовуючи наказові речення (*Give 'em! Give me the boots!*) та аргументації (*I waited in line all morning for this!*). У вищенаведеному прикладі кооперативне спілкування переходить у конфронтативне з використанням відповідних тактик.

Отже, тактика переконання є засобом впливу одного персонажа на іншого з використанням аргументацій, що дозволяє досягти поставленої мети. Однак недотримання правил кооперативного спілкування, недостатнє пророблення аргументів, низький рівень авторитету може призвести до переходу в конфронтативне спілкування, з використанням маніпуляцій, тактик наказу та погрози.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2007. 332 с.
2. Борисенко Н. Д. Конфлікт та кооперація в міжгендерному спілкуванні персонажів британської драми. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики* : зб. наук. праць. Київ : КНУ ім. Т. Г. Шевченка. 2006. Вип. 9. С. 35–40.
3. Confessions of a Shopaholic URL: https://www.scripts.com/script/confessions_of_a_shopaholic_5862