

9. Sierra Express Media. С 2017 г. URL: <https://sierraexpressmedia.com/?p=82320> (дата обращения: 24 ноября 2023).

УДК 81' 243:378.147:316.776.23

ХАРАКТЕРИСТИКА УБЕЖДАЮЩЕГО ДИСКУРСА В КОНТЕКСТЕ ТАКТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ ОБУЧЕНИЯ

Бобылева Лиана Ивановна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры мировых языков, Витебский
государственный университет имени П.М. Машерова, г. Витебск, Беларусь

lianabobyleva@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются характеристики и структура убеждающего дискурса; коммуникативные умения, необходимые для реализации убеждения; факторы, обеспечивающие положительный результат; тактические модели обучения. С психологической точки зрения, убеждение имеет собственную структуру, включающую следующие уровни: 1) восприятие, 2) понимание, 3) принятие. Традиционно выделяются четыре группы социолингвистических средств убеждения: структурные, невербальные, социальные и фонетические. Каждая группа выполняет определенную коммуникативную функцию, а в совокупности все они обеспечивают успешное достижение целей общения. Результативное убеждение характеризуется логичностью, последовательностью, доказательностью, аргументированностью.

Ключевые слова: стратегии и тактики убеждения; коммуникативные умения; социолингвистические средства; тактические модели.

PERSUASIVE DISCOURSE CHARACTERISTICS IN THE CONTEXT OF TACTICAL TRAINING MODELS

Bobyleva Liana Ivanovna

candidate of pedagogical sciences, associate professor of the world languages department, Vitebsk
state university named after P.M. Masherov, Vitebsk, Belarus

lianabobyleva@gmail.com

Abstract. The article deals with persuasive discourse characteristics and structure, communicative skills for persuasion implementation, beneficial results providing factors, tactical training models. From the psychological point of view, persuasion has its own structure comprising the following levels: 1) perception, 2) understanding, 3) acceptance. There are four traditional groups of sociolinguistic means of persuasion: structural, nonverbal, social, and phonetic. Each group performs its own function, and in combination they all ensure successful communication goals achievement. Productive persuasion is characterized by logical validity, consistency, evidence, argumentation.

Keywords: persuasion strategies and tactics; communicative skills; sociolinguistic means; tactical models.

С позиций современных целей обучения иноязычному общению, говорение рассматривается как неременное условие успешности реализации устной коммуникации во всех ее проявлениях (социокультурном, лингвистическом, социолингвистическом и пр.). В этой связи важным является анализ ряда вопросов, среди которых можно выделить две основные группы: 1)

вопросы обучения коммуникативной стратегии высказывания, 2) вопросы обучения тактике речи, т.к. на пути к стратегической цели необходимо решать промежуточные (тактические) задачи.

Традиционно стратегические задачи включают сообщение, объяснение, одобрение, осуждение, убеждение. Последнее занимает верхнюю ступень в иерархии стратегических задач, поскольку реализация данного типа высказывания требует от говорящего владения всеми коммуникативными умениями.

Прагматической характеристикой сообщения является ее информационная ценность, воздействие на собеседника здесь косвенное, следовательно, слабое.

Объяснение представляет собой более углубленное информирование, которое по форме является выводом или системой выводов. Оттенок побуждения к действию носит имплицитный характер, однако объяснение может проводиться с целью заинтересовать собеседника, что проявляется в определенной степени воздействия на него.

Одобрение и осуждение предусматривают выражение положительной или отрицательной позиции говорящего. Мера воздействия на собеседника по сравнению с сообщением и объяснением большая, т.к. имеет прямой характер.

В процессе убеждения доминирующей является сила воздействия, которая выражается, в частности, в аффективной окраске высказывания, отражающей маркированность того, в чьих интересах осуществляется речевое действие. Если одобрение направлено, прежде всего, на интересы адресата, то убеждение проводится в интересах и адресата, и говорящего. Воздействие на собеседника носит наиболее ярко выраженный характер.

Характеристики стратегических типов высказывания важно учитывать при организации обучения стратегии и тактике дискурса. В принципе, правомерными будут следующие подходы: 1) постепенное усложнение речевых задач – от сообщения к убеждению; 2) целенаправленное формирование навыков и умений убеждающей коммуникации на основе разнообразных тактических шагов в определенной их последовательности.

Поскольку целью нашего исследования является убеждение как вид речевого высказывания, целесообразно рассмотреть его характеристики, имеющие значение для теории и практики обучения иноязычной речевой деятельности. С психологической точки зрения, убеждение представляет собой систему идей и концепций, предопределяющую деятельность и поступки людей. Убеждение как способ воздействия призвано устранить или нейтрализовать ментальные фильтры и превратить информацию в систему установок и принципов индивида, прежде чем она достигнет сознания человека.

С психологической точки зрения, убеждение имеет собственную структуру, включающую следующие уровни: 1) восприятие, 2) понимание, 3) принятие [Таранов, 2008]. Наиболее значимым элементом структуры является принятие, поскольку управление собственным дискурсом определяется

субъективными ценностями, т.е. теми, которые не отклонены личностью и которые включены в сферу ее приоритетов. Следует отметить, что понимание позиции партнера является важным, но промежуточным элементом этой структуры между «восприятием» и «принятием». Новые знания, приобретенные в процессе понимания, представляют собой внешние ценности и не всегда могут выполнять функцию регулятора поведения.

К числу коммуникативных умений, необходимых для реализации убеждения, следует отнести осознание речевой задачи, адекватное оценивание собеседника, правильный выбор тактического пути, применение уже апробированных форм и методов убеждения, анализ своих речевых промахов и удач. Наличие языковых навыков и речевых умений является неоспоримым условием.

Традиционно выделяются четыре группы социолингвистических средств убеждения: структурные, невербальные, социальные и фонетические. Каждая группа выполняет определенную коммуникативную функцию, а в совокупности все они реализуют успешное достижение целей общения.

Структурные средства убеждения включают собственно саму структуру текста (зачин, вступление, основная часть, заключение) и средства связности речи. Все части убеждающей речи переплетены и взаимосвязаны. Связанность убеждающего дискурса обеспечивается когезией, ретроспекцией и проспекцией [Григорьева, 2007:92].

Залогом успешной коммуникации является адекватное сочетание как вербальных, так и невербальных средств общения. Невербальная коммуникация, а именно: ее звуковые коды (тембр, громкость, интонация), кинесика (жесты и движения тела), окулесика (визуальное поведение людей в процессе коммуникации, значение взгляда), гаптика (тактильная коммуникация), проксемика (расстояние между собеседниками, использование личного пространства) имеет не менее значимую информационную нагрузку, чем вербальные средства общения.

Социальные средства убеждения декларируют ряд требований, которые обеспечивают эффективность убеждения как метода воздействия. К их числу относятся: 1) содержание и форма убеждения должны учитывать индивидуальные качества реципиента и его возрастные особенности; 2) в процессе убеждения следует использовать как общие теоретические данные, так и конкретные факты, примеры; 3) результативное убеждение характеризуется логичностью, последовательностью, доказательностью, аргументированностью; 4) пытаясь убедить других, коммуникатор сам должен верить в то, о чем говорит [Rieke, 2012].

Фонетические средства убеждения имеют большое значение для результативной коммуникации. Четкая дикция, правильная артикуляция, адекватное логическое, фразовое и эмфатическое ударение, разнообразие интонации, уместная паузация, умеренный темп – все это само по себе создает весьма благоприятное впечатление на слушающих. Даже очень

профессионально написанный текст может оказаться неубедительным из-за неумения использовать фонетические средства убеждения.

Тактические линии убеждающего дискурса могут выглядеть по-разному, например: 1) сообщение – объяснение – убеждение; 2) убеждение – объяснение – сообщение – одобрение – убеждение; 3) сообщение 1 – объяснение 1 – сообщение 2 – объяснение 2 – совет – убеждение. Число тактических шагов в ходе речевой задачи «убедить» варьируется от 3-х до большего количества. Целесообразно начинать с овладения трехшаговой тактикой, постепенно усложняя ее. Для разработки же всей системы обучения убеждающему дискурсу следует включать активные формы занятий, такие как диспут, дискуссия, дебаты.

Таким образом, убеждающая коммуникация является сложной формой деятельности человека, в которой он реализуется как языковая личность и в которой задействованы все его знания, система ценностей, коммуникативные навыки и умения, ментальная культура. В этой связи знания теоретических характеристик убеждения как коммуникативного типа высказывания, его стратегий и тактик необходимо для успешного осуществления общения, причем эти знания должны быть строго отобраны и рационально дозированы для успешного управления речевой деятельностью обучаемых.

Список литературы

1. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты / В.С. Григорьева. – Тамбов: ТГТУ, 2007. – 120 с.
2. Таранов П.С. Приемы влияния на людей / П.С. Таранов. – М.: Фаир, 2008. – 608 с.
3. Rieke R.D. Argumentation and Critical Decision Making / R.D. Rieke. – Utah: Pearson, 2012. – 320 p.

УДК 378-054.6:811.112.7(075)

UNDERSTANDING OF LINGUISTIC REGIONAL MARKERS BY FOREIGN STUDENTS OF THE ASTRAKHAN STATE MEDICAL UNIVERSITY

Gagarina Elena Yurievna

candidate of philological sciences, associate professor, associate professor of the department of Russian language, Astrakhan state medical university, Astrakhan

GagarinaE@yandex.ru

Rudov Mikhail Albertovich

attaché of the Representative Office of the Ministry of Foreign Affairs of the Russia in Astrakhan, Astrakhan

m.rudov@mail.ru

Abstract. The practical focus of the article is to determine the understanding of how foreign nationals with minimal Russian language proficiency perceive the regions traditional words and expressions in the context of adaptation of the language environment and a different mindset. The material of the research is the data of the survey conducted among the foreign students of Astrakhan