

важку і благородну роботу адвоката, і не дивно, що у жінки вимальовується образ чесного працюючого юриста. Така макростратегія дозволяє Руді досягти лише проміжної прагматичної мети. Але у нього далекоглядні плани, адже виявилось, що літня жінка не така бідна, має вільні кімнати і бажає скласти заповіт.

**Конфліктна** маніпулятивна макростратегія поведінки на обох рівнях (комунікативному та стратегічному) демонструють установку проти партнера по комунікації. Вона за своєю направленістю орієнтована на те, щоб відверто і активно протидіяти, добиватися власних цілей/інтересів, не звертаючи уваги на цілі/інтереси реципієнта. Такі стратегії відображають прагнення одного з учасників спілкування самоствердитись за рахунок інших, нав'язати свою точку зору і вирішення проблеми, не приймаючи сумісних дій. Одна з особливостей цих стратегій – присутність конфліктогенів (термін К. Ф. Седова), що провокують співрозмовника до сутички, яка в результаті повинна призвести до почуття провини або страху. Такими конфліктогенами можуть бути стратегії осуду, обвинувачення, погрози, обурення, повчання (*активно-конфліктні*) та ігнорування, перебивання, дискредитації (*пасивно-конфліктні*).

Слід зазначити, що конфліктна макростратегія притаманна рольовим сутичкам, де конфронтація відбувається між різними рольовими позиціями комунікантів, а саме батьків і дітей, чоловіків та жінок, близьких друзів тощо. У нашому корпусі прикладів більшість таких ролей належить жінкам. Розглянемо такий приклад:

**(a)** *'Well, Miriam Munroe, you're a sad disappointment to me. (b) I've treated you with kindness from the day you first set foot over my threshold, when Ben brought you into this family. (c) And this is the thanks I get. I'll not be asking you for a favour again.'* Sheila was livid. She stalked out the door, got up on her bike and cycled down the path like a fury. [Scanlan 1998, p. 213-214]

Шейла – жінка, яка звикла до абсолютної покори усіх членів родини, у тому числі, і невістки Міріам. Але цього разу Міріам відмовила свекрусі приготувати страви для її чисельних гостей, що вивело Шейлу з себе. За допомогою тактик обвинувачення та осуду жінка прагне викликати у невістки почуття провини та обов'язку і в результаті добитись свого. Крім того, тактики підкреслюють опозицію: я (Шейла) – добра, вразлива жінка/ ти (Міріам) – невдячна, безсердечна невістка (a, b, c); а також значимість сім'ї Монро у порівнянні з нікчемністю самої Міріам (a).

Аналіз мовного матеріалу дозволяє дійти **висновку**, що усі мовні засоби, які використовує маніпулятор, набувають ефективності лише на фоні цілеспрямованої стратегії мовленнєвої діяльності. Основний маніпулятивний потенціал закладений у кооперативній та конфліктних макростратегіях, у той час як, регулятивні макростратегії ефективно сприяють скороченню комунікативної відстані між співрозмовниками, що сприяє успішному маніпулятивному впливу.

**Перспективою подальшого дослідження** є детальне вивчення маніпулятивних стратегій і тактик в англomовному діалогічному дискурсі з урахуванням гендерного фактору.

#### Література

Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М.: Наука, 1993. – 172 с. Седов К. Ф. О манипуляции и актуализации в речевом воздействии / К. Ф. Седов // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов: Изд-во Саратов.ун-та, 2003. – Вып. 2. – 140 с. – С. 20 – 27. Стилистика английского языка / [Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко З. В.]. – К.: Выща школа, 1984. – 248 с. Хабрмас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабрмас. – Спб.: Наука, 2001. – 380 с. Saussure L. de, Schulz P. Manipulation in the totalitarian Ideologies of the XXth century: Discourse, language, mind/ L. de Saussure, P. Schulz (eds). – Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins, 2005. – 312p. Sperber, D., Wilson, D. Relevance: Communication and Cognition / D. Sperber, D. Wilson. – Oxford: Blackwell, 1995. – 326p.

#### Джерела ілюстративного матеріалу

Grisham J. The Rainmaker / J. Grisham. – London: Arrow, 1996. – 568p. Scanlan P. Mirror, Mirror / P. Scanlan. – Dublin: Bantam Books, 1998. – 544p. Sheldon S. If Tomorrow Comes / S. Sheldon. – London: Harper Collins Publishers, 2005. – 577 p. Sheldon S. Memories of Midnight / S. Sheldon. – London: Harper Collins Publishers, 1994. – 392 p. Vincenzi P. Almost a Crime / P. Vincenzi. – London: Orion, 2000. – 627 p.

**ТАЦЕНКО Н.В.**

(Сумський державний університет)

## ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ТИПАМИ ДИСКУРСУ

У статті розглянуто трансформаційні тенденції людських потреб та їх вплив на формування певних типів дискурсу. Надано типологізацію дискурсів залежно від типів людських потреб. Встановлено, що потреба в інформації систематизує дискурси і лежить в основі використаних вербальних інструментів для їх реалізації.

*Ключові слова:* трансформація потреб людини, дискурс, типологізація, інформаційний тезаурус.

**Таценко Н. В. Трансформации потребностей человека и их связь с типами дискурса.** В статье рассматриваются трансформационные тенденции человеческих потребностей и их влияние на формирование определённых типов дискурса. Представлена типологизация дискурсов в зависимости от типов человеческих потребностей. Установлено, что потребность в информации систематизирует дискурсы и лежит в основе использованных вербальных инструментов для их реализации.

*Ключевые слова:* трансформация потребностей человека, дискурс, типологизация, информационный тезаурус.

**Tatsenko N. V. Transformation of human needs and their relation to the types of discourse.** The article reviews transformation tendencies of human needs and their influence on formation of certain types of discourse. Typology of discourses depending on the types of human needs is given. The research features that the need for information arranges discourses and underlies the verbal tools used to implement them.

*Key words:* transformation of human needs, discourse, typology, information thesaurus.

Ще стародавні греки звернули увагу на притаманне людині бажання перебудувати світ згідно зі своїм уявленням про нього. Платон та Арістотель першими заговорили про потреби як про мотив досягнення благ. Поняття щастя у Арістотеля, яке отримало назву евдемонія, ґрунтується на задоволенні трьох потреб або благ: “Щастя... є сукупна повнота трьох благ: по-перше (за значущістю), духовних; по-друге, тілесних, якими є здоров’я, сила, краса та інші подібні; по-третє, зовнішніх, якими є багатство, знатність, слава та ін. Чесноти недостатньо для щастя – потрібні також блага і тілесні і зовнішні, оскільки і мудрець буде нещасливий у бідності, в муках тощо” [Арістотель 1986, с. 294].

**Мета** пропонованої статті полягає у встановленні особливостей трансформаційних тенденцій людських потреб та їх впливу на формування певних типів дискурсу. Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання такого **завдання**, як здійснення спроби типологізувати дискурси залежно від типів людських потреб. **Об’єктом** дослідження постають певні потреби людини та типи дискурсу, що їх реалізують. **Предметом** статті є детермінація формування певних типів дискурсу трансформаційними тенденціями людських потреб.

За Абрахамом Маслоу “людські потреби розподіляються у вигляді ієрархії. Іншими словами, появі однієї потреби, як правило, передують задоволення іншої, більш нагальної. Людина – це тварина, що постійно відчуває ті або інші бажання” [Maslow 1943, с. 370]. Маслоу визначає п’ять низок цілей, які він іменує базовими потребами. До них він відносить: фізіологічні потреби, потребу в безпеці, потребу в коханні, потребу в задоволенні почуття власної гідності і, нарешті, потребу в самоактуалізації.

Ієрархічна природа цих потреб та цілей означає, що домінуюча мета монополізує свідомість і певним чином стимулює та організовує різні можливості організму, необхідні для її досягнення. Менш нагальні потреби мінімізуються, або навіть забуваються, або заперечуються. Основою цієї ієрархії Маслоу вважає фізіологічні потреби, і перш за все – потребу в їжі.

Якщо фізіологічні потреби задоволені, то, на думку Маслоу, з’являються нові потреби, у даному випадку – потреби безпеки. Він вважає, що все, що було зазначено про фізіологічні потреби, може бути – хоча і трохи меншою мірою – віднесено і до бажань такого роду. Організм може бути охоплений тільки ними. Вони можуть бути чи не єдиною основою, що визначає поведінку і підкоряє собі всі можливості організму, що дозволяє уявити організм як механізм, який прагне бути в безпеці.

Якщо фізіологічні потреби, а також потреба в безпеці задоволені достатньою мірою, то, за А. Маслоу, виникає потреба в коханні, прихильності та у відчутті власної приналежності до певної спільноти людей, і увесь цикл, описаний стосовно фізіологічних потреб та потреби в безпеці, повторюється. Так, людина починає особливо гостро відчувати відсутність друзів, коханої, дружини або дітей. Вона прагне чуттєвих відносин з іншими людьми, намагається посісти певне місце в певній групі і активно прагне досягти цієї мети. Вона бажає цього більш за все на світі і, як правило, повністю забуває про те, що в ту пору, коли потреба в їжі не була задоволена, любов викликала в неї усмішку.

На відміну від потреб безпеки та фізіологічних потреб, потребу в коханні, прихильності і приналежності до певної групи людей задовольнити в сучасному суспільстві набагато складніше. Як зазначає Маслоу, неможливість задоволення цих потреб, як правило, є причиною будь-яких розладів та більш серйозних психічних патологій. І знову ж таки, при достатньому задоволенні цих потреб, виникають потреби іншого роду.

Останньою і вищою стадією в ієрархії потреб Маслоу вважає самореалізацію, самоактуалізацію. Якщо фізіологічні потреби та потреби в безпеці, коханні, повазі задоволені достатньою мірою, ми маємо очікувати, що у людини з’явиться (це відбувається не завжди) нова потреба, якщо вона вже не працює у тій царині, до якої, як їй здається, в неї є покликання. Музикант повинен творити музику, художник – писати картини, поет – писати вірші, інакше вони не будуть відчувати себе щасливими людьми [Maslow 1943].

Людина повинна стати тим, ким вона може стати. Цю потребу називають самоактуалізацією. Вона означає бажання все більше й більше ставати тим, ким ви є, ставати усім тим, що визначається вашою можливістю до становлення. Маслоу погоджується з тим, що ця потреба може сильно змінюватися від людини до людини. Він знову ж підкреслює, що передумовою появи потреби в самоактуалізації є задоволення потреб фізіологічних, безпеки, кохання та поваги.

Трансформація потреб людини завжди залежить від зміни якості життя та вимог часу (наприклад, мода, науково-технічний прогрес, нове знання) і підлягає закону підвищення потреб. При цьому підвищення потреб – не просто розвиток одних і тих самих потреб, але поява нових, прогресивні поступові зміни, які базуються на збереженні того цінного, що було досягнуто на попередніх щаблях. На відміну від тваринного прагнення до виживання (survival needs) потреби людини як істоти високої психофізіологічної організації зумовлені когнітивними переживаннями – емоціями.

Емоції відіграють величезну роль у трансформації потреб. Функція емоцій – трансформація потреб у досить конкретні цілі для знаходження можливостей практичного їх задоволення. Емоція завжди залежить від потреби і навіть невимушено видає ту чи іншу потребу; вона не тільки підкоряється потребі, але і спрямовує процес конкретизації і трансформації потреб, і, певним чином, спрямовує дискурсивні наміри людини. Тому ми можемо говорити про залежність дискурсу від потреб людини, що дає можливість, відштовхуючись від типу та виду потреби, типізувати тексти, продуковані людиною в ситуації комунікації.

Так само, як іноді переплітаються потреби людини, як вони трансформуються і переходять з низького на більш високий рівень, трансформується і її мовлення, різні типи дискурсів взаємопроникають один в одного. Проте типологізація дискурсів залежно від типів людських потреб цілком можлива.

<b>Потреби</b>	<b>Тип дискурсу</b>
Потреби продовження роду	Побутовий альковно-інтимний (залицяння, любовні послання, освідчення)
Потреби в підтримці життєдіяльності (їжа)	Глютонічний як інструкції з добування, обробки і приготування їжі
Потреби в матеріальних благах	1 Діловий як комунікація в трудовій діяльності та діяльності з отримання легальних доходів 2 Злочинницький як комунікація в діяльності з отримання нетрудових доходів
Потреби в інформованості	1 Інформаційний та масово-інформаційний як комунікація, що має на меті соціальну орієнтацію 2 Комп'ютерний як комунікація засобами електронних інструментів
Потреби у владі	Політичний як комунікація, спрямована на управління соціумом
Потреби у вірі	Релігійний або теологічний
Потреби рівних соціальних прав та забезпечення особистої безпеки	1 Юридичний або правовий 2 Військовий
Потреби передачі знань та інформації	1 Педагогічний 2 Науковий
Потреби передачі навичок та вмінь	Професійний (інструктивний)
Естетичні потреби	1 Художній 2 Дискурс етикету 3 Глютонічний як інструкції поведінки за столом 4 Фікційний (казковий, фантастичний)
Потреби охорони здоров'я	1 Медичний 2 Медико-профілактичний
Потреби в забезпеченні соціального порядку та управління соціумом	1 Ритуальний 2 Управлінський
Потреби зняття індивідуального та соціального напруження	1 Інвективний 2 Гумористичний
Потреби в аргументації	Аргументаційний (риторичний)
Потреби в самопрезентації	1 Презентаційний 2 Педагогічний
Потреби передачі історико-культурних цінностей	1 Історико-культурний 2 Педагогічний

Необхідно зауважити, що з ускладненням якості потреб збільшується кількість дискурсів, що підтримують певну складну потребу. Особливо це стосується потреб ідеального або ціннісно-орієнтованого характеру. До прикладу, така складна потреба, як потреба влади, передбачає: а) потребу в матеріальних благах; б) потребу у створенні необхідного для цього існуючого порядку в суспільстві-об'єкті застосування влади; в) потребу в управлінні суспільством, яка стає домінантною і викликає низку інших потреб.

Для створення суспільного порядку необхідно переконати соціум в його нагальності, для переконання в нагальності необхідно створення традиції, тобто рекурсивності певних регламентованих подій, створення ритуалу; ритуалізація суспільного буття має наслідком формування певних історико-культурних цінностей. Вся ця низка потреб неминує викликає потреби в інструментах реалізації тих потреб, що виникли раніше, при цьому головною потребою виявляється потреба інформаційного впливу

на суспільство. Така ієрархія потреб породжує ієрархію дискурсів, об'єднаних у дискурсивні системи.

Прагнення до влади потребує вербальної самопрезентації агента, який вступає в комунікацію з соціумом. Це також потребує мотивованості намірів, і відповідно існуюча мотивованість повинна завоювати прихильність суспільства, мати такий вектор впливу на соціум, який би викликав позитивні емоції в останнього. Інструментом цього впливу постає дискурс аргументації (риторика переконання), в свою чергу тісно пов'язаний з уведенням інформації в маси (соціум), що ініціює владні наміри. Іншими словами, використовується масово-інформаційний дискурс [Олянич 2007].

Влада створює свій, вигідний їй соціальний порядок і формує вигідне їй соціальне середовище функціонування (групи і класи людей, які схвалюють дії влади). Чергова порція потреб пов'язана з підтримкою цього порядку та життєдіяльності створеного соціального середовища. Тут задіяні політичні вербальні формули утримання влади та її посилення (політичний дискурс), створюються традиції і ритуали застосування влади, здійснюється їх вербалізація в ритуальному дискурсі. Певна річ, у наміри влади входить підтримка себе якнайдовше (якщо не назавжди), аргументація такого наміру також має свою підтримку в юридичному або правовому дискурсі.

Апофеозом або вищою потребою влади на шляху її утримання є: а) потреба в особистому обоженні (ідолізації), що відображається в релігійному дискурсі, якщо релігія не відокремлена від влади, а максимально наближена до неї в ідеологічному відношенні; б) потреба в міфологізації та естетизації влади як певної ціннісної основи світо- та соціопорядку. Для реалізації останньої використовується презентаційний дискурс і споріднені з ним історико-культурний, педагогічний, фікційний (художній, казковий), естетичний дискурси.

Тим самим основною потребою, що систематизує залучені дискурси, виявляється потреба в інформації, оскільки саме ця потреба лежить в основі як всього спектра потреб, так і використаних вербальних інструментів їх реалізації. Саме володіння інформацією дозволяє трансформувати потреби і переключатися з однієї дискурсивної системи на іншу. Зміни в інформаційному полі спричиняють дискурсивні трансформації, що певним чином впливають на комунікативний простір.

З вищезазначеного робимо **висновок**, що *Homo Sapiens*, вступаючи в комунікацію, реалізує свої потреби: саме вони виявляються головною причиною, з якої комунікація стає необхідною. Цілі комунікації обслуговують певні потреби: виживання, співробітництво з іншими людьми, особисті потреби, підтримка відносин з іншими людьми, переконання інших діяти або думати певним чином, здійснення влади над іншими людьми (сюди можна віднести й пропаганду), об'єднання товариств і організацій в одне ціле, отримання й повідомлення інформації, усвідомлення світу і нашого досвіду в ньому (у що ми віримо, що думаємо про себе, про відносини з іншими людьми, і про те, що є істинним), прояви творчої натури та уяви.

Керуючись потребами, людина для їх реалізації змушена певним чином використовувати свої мовні можливості. Звертаючись до когнітивно засвоєного і ментально закріпленого інформаційного тезаурусу, людина вибирає в ньому необхідний кластер понять та концептів, утілює їх в мовні формули і особливим чином структурує своє мовлення, занурюючи ці формули в комунікацію, створюючи відповідний дискурс для певної потреби або для декількох потреб відразу. Детальний розгляд цього феномену є **перспективою подальших наукових розвідок**.

#### *Література*

Аристотель. Никомахова етика / Аристотель // Собр. соч. Т. 4. – М. : Мысль, 1986. – С. 295–375. Олянич А. В. Презентаційна теорія дискурсу : монографія / А. В. Олянич. – М. : Гнозис, 2007. – 407 с. Таценко Н. В. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни “Теорія мовного дискурсу” / Н. В. Таценко. – Суми : Вид-во СумДУ, 2010. – 67 с. Maslow A. H. A Theory of Human Motivation / A. H. Maslow // Psychological Review 50, 1943. – P. 370–396.

**ТІЩЕНКО О.В.**

(Київський національний лінгвістичний університет)

## **СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ОЗНАК АНГЛІЙСЬКОГО СПОРТИВНОГО ТЕЛЕРЕПОРТАЖУ**

У статті розглянуто характерні структурні та функціональні ознаки англійського спортивного телерепортажу як окремого жанру масової комунікації. Особливу увагу приділено систематизації його лінгвістичних ознак. Зазначено складові елементи композиційної структури спортивного телерепортажу; обґрунтовано класифікацію основних ознак англійського спортивного телерепортажу.

*Ключові слова:* класифікація ознак, лінгвістичні ознаки, складові елементи, спортивний телерепортаж.