

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут філології  
Кафедра романської філології

**КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ТАКТИКИ  
ІСПАНОМОВНОГО АВТОРСЬКОГО ПСИХОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ  
(НА МАТЕРІАЛІ «EL PAÍS SEMANAL»)**

**Кваліфікаційна робота**

на здобуття ОС «бакалавр»  
студентки IV року навчання  
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,  
спеціальності 035 «Філологія»,  
спеціалізації 035.051 «Романські мови та  
літератури (переклад включно),  
перша - іспанська»,  
ОП «Іспанська мова та переклад, англійська  
мова та друга романська мова»,  
**Анни ЗІКРАНЕЦЬ**

**Науковий керівник:**

к. філол. н., доц. кафедри романської  
філології  
**Людмила АРТЕМОВА**

**Рецензент:**

к. філол. н., доц. кафедри романської  
філології  
**Олена БРАТЕЛЬ**

«Допущено до захисту»

Протокол № 9 засідання кафедри

романської філології від від 19 квітня 2024 року

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ **Ірина СИТДИКОВА**

Київ-2024

## АНОТАЦІЯ

Зростання інтересу світової спільноти до контенту на психологічну тематику, пов'язане насамперед із пандемією, зробило «психологічний дискурс» важливим об'єктом мовознавчих досліджень. Оскільки сучасний іспаномовний інфопростір характеризується стрімкою появою великої кількості науково-популярних авторських текстів психологічного спрямування, виникла необхідність у здійсненні їх детального лінгвістичного аналізу. Аналітичний та описовий методи сприяли систематизації термінологічної бази дослідження й окресленню наявних підходів до проблеми тлумачення ключових понять («дискурс», «психологічний дискурс», «комунікативна стратегія» й «комунікативна тактика»). Метод класифікації та комунікативно-прагматичного аналізу дозволив реалізувати авторський підхід до виокремлення основних стратегій іспаномовного дискурсу психологічного спрямування з огляду на комунікативну мету адресанта, а саме: інформативної, аргументативної, апелятивної та спонукальної, і притаманних їм тактик, таких як: апелювання до авторитету, деталізації, контрастного аналізу, активізації уваги читача, визнання емоційного стану, надання поради й моделювання життєвих ситуацій із подальшим детальним описом мовних засобів для їх утілення. Результатами проведеної роботи є висвітлення й аналіз функціонально-стилістичних особливостей іспаномовного психологічного дискурсу, розробка авторської класифікації комунікативних стратегій і тактик досліджуваного дискурсу та розкриття його прагматичного потенціалу через призму мовних ходів, застосованих в іспаномовних науково-популярних текстах відповідного спрямування, що сприяє поглибленню знань щодо феномену психологічного дискурсу в лінгвістиці і створює перспективи для появи подальших наукових розвідок у цій галузі з фокусом на іспаномовному психологічному дискурсі.

**Ключові слова:** іспаномовний психологічний дискурс, функціонально-стилістичні особливості, комунікація, стратегія, тактика, прагматичний аспект.

## ABSTRACT

The growing interest of the international community in psychological content, primarily due to the pandemic, has made psychological discourse an important object of linguistic research. Since the modern Spanish information space is characterised by the rapid emergence of a large number of popular science texts on psychology, there is a need for a detailed linguistic analysis of them. The analytical and descriptive methods helped to systematise the terminological base of the study and outline the existing approaches to the problem of interpreting key concepts («discourse», «psychological discourse», «communication strategy» and «communication tactics»). The method of classification and communicative and pragmatic analysis allowed us to implement our own approach to identifying the main strategies of Spanish discourse of a psychological orientation, taking into account the communicative goal of the addresser, namely: informative, argumentative, appellative and persuasive, and their inherent tactics, which turned out to be the tactics of appealing to authority, detailing, contrastive analysis, activating the reader's attention, recognising the emotional state, giving advice and modelling life situations, followed by a detailed description of the linguistic means for their implementation. The results of this work are the coverage and analysis of the functional and stylistic features of Spanish psychological discourse, the development of a new classification of communicative strategies and tactics of the studied discourse and the disclosure of its pragmatic potential through the prism of linguistic moves, used in Spanish popular science texts of the relevant direction, which contributes to the deepening of knowledge about the phenomenon of psychological discourse in linguistics and creates prospects for further scientific research in this area with a focus on Spanish psychological discourse.

**Key words:** Spanish psychological discourse, functional and stylistic features, communication, strategy, tactics, pragmatic aspect.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ</b> .....	9
1.1. Проблема тлумачення поняття «дискурс» .....	9
1.2. «Психологічний дискурс» як міждисциплінарний феномен.....	12
1.3. Термінологічне розмежування понять «комунікативна стратегія» та «комунікативна тактика».....	15
1.4. Специфіка виокремлення комунікативних стратегій іспаномовних текстів психологічного спрямування .....	17
Висновки до першого розділу.....	21
<b>РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ІСПАНОМОВНИХ АВТОРСЬКИХ ТЕКСТІВ ПСИХОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ. ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ</b> .....	23
2.1. Прагматичний потенціал комунікативних тактик іспаномовного психологічного дискурсу .....	23
2.2. Тактика апелювання до авторитету.....	24
2.3. Тактика деталізації/пояснювальна тактика .....	26
2.4. Тактика активізації уваги читача.....	28
2.5. Емоційна складова психологічного дискурсу. Тактика визнання емоційного стану .....	29
2.6. Тактика моделювання життєвих ситуацій.....	32
2.7. Тактика надання поради .....	36
2.8. Тактика контрастного аналізу.....	37
Висновки до другого розділу .....	39
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	42
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	45
<b>СПИСОК СКОРОЧЕНЬ НАЗВ ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ</b> .....	49

## ВСТУП

Популяризація піклування про ментальне здоров'я людини й висвітлення проблем психологічного характеру у ЗМІ зумовили зростання суспільного інтересу до психології як науки, прийомів, методів і тактик психотерапії та, безперечно, психологічної літератури.

Останнім часом серед сучасних лінгвістів спостерігається тенденція до вивчення психологічного дискурсу. Для цього є кілька підстав: по-перше, вчених цікавить, як мова відображає глибинні когнітивні процеси (сприйняття, мислення, міркування, емоції тощо) і які засоби для цього використовуються. По-друге, аналіз психологічного дискурсу допомагає лінгвістам зрозуміти, як люди виражають та інтерпретують психологічні стани в соціальній взаємодії (наприклад, своєрідний підбір слів, синтаксичних структур або дискурсивних стратегій може вказувати на певні психологічні феномени, такі як депресія, тривога чи емоційна експресія). Перспективним для сучасних мовознавчих досліджень є також аналіз комунікативних стратегій і тактик, що використовуються для впливу на співрозмовників, та розкриття їх прагматичного потенціалу.

Варто зазначити, що поняття «психологічного дискурсу» стоїть на перетині кількох галузей – психології, лінгвістики, соціології тощо. Значний вклад у дослідження дискурсу в цих сферах зробили зарубіжні лінгвісти, серед яких Т. А. ван Дейк, Д. Шиффрін, Т. Суарес, Т. Карам, Т. Ле, М. Мурільйо, М. Халлідей, Л. Інїгес-Руеда, Ш. Антакі, Дж. Поттер та українські мовознавці, зокрема А. Белова, О. Селіванова, Ф. Бацевич, К. Серажим, О. Яшенкова, І. Шевченко, Н. Литвиненко, Л. Ткаченко, Т. Маслова, І. Семенюк.

Однак у лінгвістиці досі актуальним лишається питання виокремлення психологічного дискурсу як окремого типу дискурсу, звертаючись або до вузького поняття (як-от дискурс психотерапії), або розглядаючи його як складову медичного дискурсу.

Активна поява текстів психологічного спрямування в іспаномовному інфопросторі почалася відносно нещодавно, зумовлена передусім пандемією та її впливом на ментальне здоров'я людей. Виникла нагальна потреба «виносити» психологічний дискурс за межі лікарських кабінетів та інформувати населення щодо тонкощів функціонування нашої психіки, симптоматики поширених психологічних розладів і захворювань (депресивного, дисоціативного, тривожного розладів, посттравматичного стресового розладу, синдрому емоційного вигорання тощо). Однак повнота комунікативно-прагматичного потенціалу вищезазначеного дискурсу залишається недослідженою, а класифікація комунікативних ходів у межах цього дискурсу відсутня, що зумовлює **актуальність нашої роботи.**

**Об'єктом дослідження** є іспаномовний авторський психологічний дискурс.

**Предметом дослідження** є комунікативно-прагматичні тактики, використані в іспаномовному авторському психологічному дискурсі.

**Мета кваліфікаційної роботи** – теоретично дослідити специфіку виокремлення комунікативних тактик в авторському іспаномовному психологічному дискурсі та практично проаналізувати їх прагматичну складову.

**Завдання дослідження:**

- Окреслити проблему визначення поняття «дискурс» та розглянути різні підходи до трактування вищезгаданого терміну;
- Витлумачити поняття «психологічний дискурс», дослідити його специфіку;
- Розмежувати поняття «комунікативна стратегія» та «комунікативна тактика», розглянути різні підходи до їх класифікації;
- Описати роль прагматичного аспекту в аналізі іспаномовного психологічного дискурсу;
- Розглянути основні риси авторського іспаномовного психологічного дискурсу;

- Класифікувати головні стратегії досліджуваного дискурсу, спираючись на його функції;
- Виокремити домінантні тактики іспаномовного психологічного дискурсу з огляду на його особливості та прагматичний потенціал;
- Практично розкрити особливості застосування комунікативно-прагматичних тактик в авторському іспаномовному психологічному дискурсі.

Для досягнення мети й реалізації поставлених у роботі завдань використано такі **методи дослідження**: *аналітичний* (використовувався під час опрацювання наукової літератури), *описовий* (був застосований для систематизації й опису досліджуваного матеріалу), *метод класифікації* (використовувався під час упорядкування терміносистеми наукової роботи), *прийом кількісних підрахунків* (сприяв визначенню частотності вживання певних понять), *дискурсивний* та *комунікативно-прагматичний аналіз* використовувалися для окреслення комунікативно-прагматичних тактик іспаномовного психологічного дискурсу.

**Матеріалом дослідження** слугувала вибірка з 30-ти іспаномовних авторських текстів психологічного спрямування з журналу «El País Semanal».

**Методологічну основу** дослідження становлять сучасні дискурсивні (Т. А. ван Дейк, Д. С. Шиффрін, Т. Карам, К. С. Серажим), психологічні (М. Мурільйо, Ф. Гонсалес Рей, Г. В. Калмиков) комунікативно-лінгвістичні (Ф. С. Бацевич, І. С. Шевченко, А. Д. Белова) та прагматичні (Б. М. Качан) підходи, що дозволяють якісно проаналізувати феномен іспаномовного психологічного дискурсу, його структурні, функціональні, прагматичні та семантичні особливості.

**Практичне значення** наукової роботи полягає у створенні авторської класифікації комунікативних тактик з огляду на особливості психологічного дискурсу, прагматичну мету адресанта й мовні засоби її досягнення, виокремленні комунікативних стратегій, яким ці тактики підпорядковуються, та детальному описі функцій застосованих комунікативних ходів, що закладає

теоретично-прагматичні засади для подальших наукових досліджень цього типу дискурсу.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження пройшли апробацію на VIII Всеукраїнських наукових читаннях «Філологія XXI століття: нові дослідження і перспективи» (Київ, 12 квітня 2024 року).

**Структура роботи.** Бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури та джерел ілюстративного матеріалу. Загальний обсяг роботи становить 55 сторінок друкованого тексту, обсяг основного тексту – 40 сторінок. Список використаних джерел та джерел ілюстративного матеріалу нараховує 70 позицій.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ

### 1.1. Проблема тлумачення поняття «дискурс»

Проблема тлумачення поняття «дискурс» залишається актуальною вже не одне десятиліття. «Дискурс» став терміном, що перетинає дисциплінарні кордони. Відтак існує велика варіативність його тлумачень із різних теоретичних позицій, які або перегукуються між собою, або демонструють ґрунтовні розбіжності. Це явище можна пояснити збігом різних чинників: власне розвитком історії дискурсу, множинністю значень одного й того ж терміну, зростаючим розмаїттям дисциплін (психолінгвістики, соціолінгвістики, прагмалінгвістики тощо), які використовують дискурсивні теорії для пояснення різнорідних феноменів та виникненням нових підходів щодо аналізу наведеного поняття [31, с. 3].

Відтак маємо різні дефініції терміну «дискурс» у низці гуманітарних наук – соціології, філософії, психології, культурології та, безумовно, лінгвістиці. За словами С. Міллз, цей термін характеризується найбільшою варіативністю потрактувань серед усіх літературознавчих термінів і термінів із теорії культури [34, с. 1].

Термін «дискурс» у сфері лінгвістики уперше використав американський дослідник Зелліг Гарріс у 50-х роках ХХ ст. Він тлумачив наведене поняття як «послідовність речень, промовлених або написаних людиною у певній ситуації» [29, с. 2]. Науковець розглядав дискурс як розширення аналізу на рівні речень, де структура та організація мови відіграють вирішальну роль. У рамках концепції Гарріса дискурс можна розуміти як ширший контекст, у якому виникають речення і висловлювання. Сюди входять зв'язки між реченнями, потік інформації та прагматичні аспекти використання мови.

Т. Суарес наводить досить загальну дефініцію дискурсу. Під «дискурсом» автор розуміє «всю ту інформацію, що передається від адресанта до адресата під час комунікативного процесу» [39, с. 14].

Д. Шиффрін аналізує цей термін за допомогою трьох підходів: структуралістського (або формалістського), функціоналістського та структурно-функціоналістського. У межах структуралістської парадигми «дискурс» розглядають на рівні речень, розуміючи під цим поняттям «два або більше речень, пов'язаних між собою за змістом». Натомість прихильники функціоналістського підходу тлумачать «дискурс» як «мову у використанні», що передбачає застосування певних мовленнєвих зворотів для досягнення конкретних цілей. Третій підхід є синтезом двох вищезазначених. Він надає нам дефініцію «дискурсу» з огляду на взаємодію форми і функцій, визначаючи аналізоване поняття як сукупність формально організованих контекстуалізованих мовних одиниць, більших за речення [38, с. 2-7].

Також серед спроб витлумачення поняття «дискурс» мовознавцями спостерігається тенденція до розуміння дискурсу як тексту або ототожнення цього терміну з мовленням. Приміром, Л. Павлюк стверджує, що текст – це дискурс, мовлення, зафіксоване у певній точці часопростору. Відтак саме в момент зупинки, переривання комунікантом повідомлення дискурс, на думку дослідниці, стає текстом [14, с. 10].

Грунтовний аналіз співвідношень понять «дискурс», «текст» і «мовлення» здійснила К. Серажим. Важливо зазначити, що дискурс і текст не є еквівалентними. Як наголошує у своїй роботі К. Серажим: «Дискурс актуалізується у текстах, але поняття «дискурсу» не може бути зведене до тексту або певного типу текстів». Текст є елементарною одиницею дискурсу. Відтак основну відмінність дискурсу від тексту дослідниця вбачає у розвитку, що притаманний дискурсу та зумовленості останнього екстралінгвістичними чинниками. Таким чином дискурс – це проекція тексту в свідомості конкретної особи в конкретній ситуації в конкретний момент. На відміну від тексту, дискурс не може існувати поза реальним фізичним часом [20, с. 60-85]. Що ж до відмінності понять «дискурс» і «мовлення», то вона полягає у протиставленні соціального індивідуальному. Дискурсу притаманні всі типові ситуації спілкування з нормативно закріпленою послідовністю мовних актів в той час як

мовлення носить індивідульний характер, оскільки під час комунікативного процесу тривалість, тембр, чіткість вимови, підбір певних мовних засобів, розстановка акцентів у повідомленні кожного індивіда суттєво відрізняється.

А. Белова стверджує, що головна особливість дискурсу проявляється в «поєднанні лінгвального й позалінгвального в комунікації», невід'ємну й основоположну частину якої складає, перш за все, усна вербальна взаємодія між учасниками мовленнєвого процесу. Дослідниця тлумачить термін «дискурс» як «зв'язний текст у поєднанні з екстралінгвістичними (психологічними, прагматичними, соціокультурними) чинниками» [3, с. 11].

І. Шевченко не ототожнює дискурс із мовленням. Під мовленням науковиця розуміє власне мовленнєвий процес, а дискурс визначає як мовленнєвий процес, зумовлений соціальним контекстом. З огляду на це дослідниця тлумачить дискурс як мисленнєво-комунікативну діяльність у межах широкого соціокультурного контексту. Така діяльність, за словами авторки, є одночасно і результатом і процесом, їй властиві діалогічність та зв'язність [23, с. 25-28].

Одним із популярних підходів до потрактування поняття «дискурс» є соціолінгвістичний підхід, у межах якого дискурс розглядають як соціальний феномен, апелюючи до його соціальної зумовленості.

Так, наприклад, М. Халлідей характеризує дискурс через параметри «учасники», «тема», «метод» [28]. Дискурс розуміється як сфера соціальної взаємодії, в якій учасники оперують мовою як основним засобом інтеракції. Учасники дискурсу розглядаються разом з усіма статусними та рольовими цілями, соціально значущими відносинами, у які вони залучені.

У свою чергу Т. А. Ван Дейк також наголошує на важливості соціального чинника при тлумаченні дискурсу. Він визначає «дискурс» як форму комунікації, яка є чимось більшим, ніж просто набір слів. Дискурс, за словами дослідника, передбачає використання мови в соціальному контексті, де вона відображає і формує соціальні структури, відносини та динаміку влади в суспільстві. Ван Дейк розширює розуміння терміну «дискурс», підкреслюючи, що останній

охоплює не лише усні чи письмові висловлювання, а й соціальні практики, переконання та ідеології, що зумовлюють комунікацію та здійснюють на неї безпосередній вплив [40].

Однак, проаналізувавши праці дослідників у сфері дискурсології, можемо стверджувати, що домінантним в аналізі поняття «дискурс» залишається так званий комунікативно-когнітивний підхід. Когнітивний аспект зосереджує увагу на зв'язку певного мовного феномену з ментальною діяльністю людини і проекцією цього феномену в людській свідомості. Тоді як у комунікативному аспекті фокус зміщується на те, як людина вербалізує цей мовний феномен і використовує його під час комунікативного процесу.

У рамках вищезазначеного підходу найбільш вичерпну дефініцію поняття «дискурс», якою ми послуговуватимемося надалі у своїй роботі, наводить Ф. Бацевич. Під «дискурсом» автор розуміє вид комунікативної діяльності, потік мовлення, котрому притаманні усна, писемна чи паралінгвальна форми вияву, який відбувається в межах визначених каналів комунікації, зумовлений когнітивними, інтра- та екстралінгвальними факторами (психологічними, соціальними, психічними тощо) і залежить від стратегій і тактик, застосованих учасниками в процесі комунікації [1, с. 138].

Отже, наразі у мовознавстві не існує усталеної й закріпленої дефініції для поняття «дискурс», відтак можемо спостерігати велике розмаїття підходів до тлумачення цього терміну як від зарубіжних, так і від вітчизняних науковців. Домінантними для аналізу терміну «дискурс» у сучасному мовознавстві є когнітивно-комунікативний та соціолінгвістичний підходи.

## **1.2. «Психологічний дискурс» як міждисциплінарний феномен**

Для сучасного суспільства характерна популяризація контенту на психологічну тематику. Обговорення психологічних феноменів на широкий загал породжує не лише зростання інтересу публіки до дискурсу, що прямо пов'язаний із ментальним здоров'ям кожного, а й зумовлює зацікавленість із боку вчених і фахівців у подальшому активному дослідженні й аналізі психологічного дискурсу.

Деякі науковці розглядають психологічний дискурс як такий, що охоплює мовні та комунікативні практики в галузі психології, включаючи професійний дискурс між психологами й академічний дискурс у наукових публікаціях. Інші дотримуються ширшої перспективи, розглядаючи психологічний дискурс як суспільну дискусію про психологічні явища, проблеми психічного здоров'я та психологічного благополуччя. Деякі вчені підходять до тлумачення цього поняття з точки зору соціально-психологічного аспекту, розглядаючи його як систему соціокультурних практик, що впливають на формування індивідуальних та колективних уявлень про психіку та поведінку.

Слід зазначити, однак, що серед науковців та дослідників немає консенсусу щодо точного визначення «психологічного дискурсу». Більш того, у різних класифікаціях вітчизняних дослідників даний тип дискурсу не виділяють взагалі або апелюють до більш вузького поняття. Так, наприклад, у класифікації дискурсу за сферами комунікації А. Белова виділяє дискурс психотерапії/НЛП (нейролінгвістичного програмування), що, на нашу думку, є лише однією зі складових власне психологічного дискурсу. Натомість у наукових роботах зарубіжних дослідників фігурує поняття «дискурс у психології». З огляду на все вищезазначене, у нашій роботі вважатимемо поняття «психологічний дискурс» та «дискурс у сфері психології» еквівалентними.

Н. Савелюк стверджує, що попри активізацію вживання вищезазначеного терміну в контексті сучасної психології, серед фахівців цієї галузі спостерігається тенденція спиратися на дефініції терміну «дискурс» із суміжних галузей, оскільки, за словами дослідниці, «психологічні виміри» цього поняття «все ще недостатньо розкриті» [17, с. 258].

Серед спеціалістів у сфері психології спостерігається тенденція до тлумачення терміну «дискурс» через призму мовознавства та соціології. Так, приміром, англосаксонська дискурсивна традиція розглядала дискурс здебільшого з точки зору лінгвістики, перебуваючи під певним впливом когнітивних традицій американської психології [27, с. 179]. У контексті англосаксонської дискурсивної традиції термін «дискурс» використовується для

позначення широкого спектру текстів, мовлення, розмов та інших форм комунікації, які сприймаються як пов'язані тематично або структурно. Однак, дискурс охоплює не лише текст, але й контекст, у якому цей текст функціонує, а також способи, якими цей текст використовується для побудови смислу та створення соціальної реальності.

Дещо поетичне та загальне визначення «психологічного дискурсу» наводить Л. Локет, зазначаючи: «...я застосовую терміни «дискурс» і «дискурсивний» до текстів, прямою метою яких є представлення узагальнень про природу людського розуму і людської душі» [33, с. 19].

Необхідно також наголосити на важливості соціального чинника для тлумачення поняття «дискурс» у галузі психології. Так, іспанський психоаналітик і доктор психологічних наук М. Мурільйо називає дискурсом «те, що в мові є фіксованим, кристалізованим», що «використовує широкий спектр усіх мовних ресурсів і спрямоване на встановлення й забезпечення соціального зв'язку між комунікантами» [35, с. 579].

Схожої думки притримуються спеціалісти у сфері соціальної психології Л. Ін'їгес і Ш. Антакі, згідно з якими «дискурс» – це сукупність мовних практик, котрі підтримують і просувають певні соціальні відносини [30, с. 63].

Кубинський психолог Ф. Гонсалес Рей наводить наступну дефініцію «дискурсу»: «Дискурси – це живі системи символічних конструкцій і процесів, які в сукупності визначають соціальні реалії згідно з тим, як вони організовані в людській комунікативній діяльності». На думку спеціаліста, дискурс є абсолютним онтологічним визначенням людських феноменів [27, с. 179].

Варто також розглянути поняття «дискурсу» в контексті психолінгвістики. У психолінгвістиці дискурс тлумачать як мовленнєво-мисленнєве явище, основу якого складає комунікативна взаємодія в контексті психології, націлена на якісну реалізацію консультативної та лікарської діяльності під час комунікативного акту між психологом і пацієнтом або ж психологом-автором і читачем [7, с. 110].

М. Янкович зазначає, що «дискурс» у психології розглядають як «соціальну діяльність в умовах реального світу» [24, с. 123].

На нашу думку, найбільш доцільну дефініцію дискурс у галузі психології надає Г. Калмиков. Дослідник пропонує авторське тлумачення цього терміну і визначає «дискурс» як «типову форму втручання, що передбачає здійснення поверхневомовного впливу з метою надання психологічної допомоги». Головною особливістю психологічного дискурсу, за словами науковця, є мовленнєвий вплив, що реалізується в низці комунікативних стратегій і тактик та передбачає таку цілеспрямовану мовленнєву діяльність психолога, яка має на меті зміну поведінки, когнітивної й емоційної сфер іншої людини (клієнта). Результатом такої діяльності є «певні конструктивні зміни й психоментальні трансформації в психічних характеристиках або станах адресата впливу» [6, с. 124].

Варто зазначити, що оскільки формою втілення психологічного дискурсу, на матеріалі якого було проведене наше дослідження, є тексти журналу «El País Semanal», то під психологічним дискурсом у нашій роботі розумітимемо авторські іспаномовні тексти психологічного спрямування.

### **1.3. Термінологічне розмежування понять «комунікативна стратегія» та «комунікативна тактика»**

Основним елементом взаємодії між людьми є комунікація – двосторонній процес, під час якого між співрозмовниками відбувається обмін значущими повідомленнями (думками, ідеями, концепціями, почуттями, емоціями тощо) з метою досягнення спільної мети й забезпечення взаєморозуміння. Під час комунікації значуще та релевантне повідомлення кодується та передається адресантом адресату через певний канал. Відтак передбачається, що адресат розшифрує повідомлення і надасть адресантові зворотний зв'язок, демонструючи правильність декодування. Комунікація може бути вербальною або невербальною за умови ефективної передачі змісту повідомлення. Комунікація стосується не лише того, про що йдеться в повідомленні, тобто його змісту, але й того, чого воно має на меті досягти.

Якість і продуктивність комунікації залежить від комунікативної компетентності учасників мовленнєвого процесу. Комунікативна компетенція –

це екстралінгвістичний термін, котрий належить до сфери прагматики. Він означає здатність людини передавати задумане під час спілкування. Поняття «комунікативної компетентності» охоплює чотири основні аспекти, яким приділяється значна увага в мовознавстві:

1. Граматична компетенція (традиційно пов'язана з синтаксисом);
2. Соціолінгвістична компетенція (пов'язана з соціальною адекватністю комунікації);
3. Дискурсивна компетенція (стосується зв'язності та когерентності в дискурсі);
4. Стратегічна компетенція (фокусується на прагматичній функції комунікації) [32, с. 2-6].

Наша робота зосереджена саме на стратегічній компетенції, оскільки, на нашу думку, аналізу застосованих комунікативних стратегій, і, перш за все, тактик у текстах психологічного спрямування приділяється недостатньо уваги.

Поняття «комунікативної тактики» нерозривно пов'язане з комунікативною стратегією, а відтак вважаємо доцільним детальніше розглянути різні підходи до тлумачення обох термінів.

Поняття «тактики» і «стратегії» прийшли в сучасне мовознавство з військової сфери, де «стратегія» – це мистецтво ведення воєнних дій загалом, а «тактика» стосується практичного застосування теорій проведення конкретних військових операцій. Із вищезазначеного випливає, що «стратегія» – ширше поняття, а «тактика» – більш вузьке. Варто зазначити, однак, що в сучасній лінгвістиці не існує єдиних загальноприйнятих дефініцій для понять «комунікативна стратегія» та «комунікативна тактика».

«Стратегія» трактується мовознавцями як «властивість плану», тобто (когнітивне) представлення послідовності дій, які будуть виконані [15, с. 3].

У своїй роботі ми дійшли висновку, що найдоцільніше визначення терміну «комунікативна стратегія» наводить Ф. Бацевич. Дослідник трактує наведене поняття як оптимальне втілення інтенцій учасника комунікативного акту з метою досягнення певної комунікативної мети, що в свою чергу передбачає контроль і

вибір ефективних мовних ходів та їх адаптацію під конкретну ситуацію [1, с. 118].

Отже, будь-яка стратегія передбачає виконання низки дій, спрямованих на досягнення певної комунікативної мети. Цими діями і є комунікативні тактики. У своїй роботі ми спиратимемося на дефініцію поняття «комунікативна тактика», яку пропонує О. Селіванова. Науковиця визначає комунікативну тактику як спосіб втілення інтенційно-стратегічної комунікативної програми, що підпорядковується конкретній комунікативній стратегії [18, с. 609]. Іншими словами, тактику слід розглядати як одну або кілька вербальних дій, які сприяють реалізації стратегії. Тобто передбачається, що одна стратегія може включати в себе одразу кілька тактик, вибір яких може суттєво різнитися відповідно до поставленої комунікативної мети.

#### **1.4. Специфіка виокремлення комунікативних стратегій іспаномовних текстів психологічного спрямування**

Як ми вже з'ясували, єдиного точного тлумачення термінів «комунікативна стратегія» й «комунікативна тактика» в сучасному мовознавстві не існує. Відтак розмаїття підходів до термінологічного розмежування наведених понять викликає в дослідників іще більші труднощі з класифікацією відповідних стратегій і тактик у різних типах дискурсів. Апелюючи до твердження А. Белової, комунікативні стратегії й тактики, на противагу таким термінам як «дискурс», «мова» чи «текст» стали популярним об'єктом лінгвістичних досліджень відносно нещодавно [2, с. 12].

Спираючись на зумовленість комунікативних стратегій і тактик особистісним, етнічним, часовим, віковим, соціальним та гендерним чинниками дослідниця пропонує, на нашу думку, найбільш повну систематизацію у вигляді набору опозицій, поділяючи стратегії й тактики на: універсальні й етнічно-специфічні, загальноживані та статусно-зумовлені, загальноживані й індивідуальні, загальноживані та вікові, вербальні й невербальні, кооперативні й конфліктні, унісекс та гендерно-марковані, атемпоральні й обмежені у часі, інформативні і спонукальні, адресантно-орієнтовані й адресатно-орієнтовані.

Також, як зазначає О. Селіванова, одним із традиційних варіантів класифікації стратегій у лінгвістиці є їх розмежування на «власне комунікативні», що сприяють врегулюванню послідовності дій мовців під час комунікативного акту та «змістові», котрі стосуються планування змісту і його передання за допомогою певних мовних засобів [18, с. 608].

Варто зазначити, що іспаномовний психологічний дискурс, котрий став основою для наших подальших досліджень, є гібридним видом дискурсу, оскільки поєднує в собі риси публіцистичного та наукового стилю.

У сучасному мовознавстві дотепер не існує загальноприйнятої типології дискурсу, і кожен дослідник підбирає необхідну класифікацію відповідно до потреб конкретного аналізу. Стиль є одним із факторів дискурсотворення, відтак у даній роботі зосередимо нашу увагу на розрізненні дискурсів з огляду на функціонально-стильовий аспект. Спираючись на змістовий і формальний критерії згідно з мовленнєвими реєстрами й жанрами у цьому аспекті І. Шевченко та А. Морозова виокремлюють наступні види дискурсів: публіцистичний, науковий, художній та ін., офіційний і неофіційний [23, с. 233- 236].

Для визначення специфіки психологічного дискурсу варто глибше зануритися в особливості дискурсу публіцистики та наукового дискурсу.

Публіцистичний дискурс є корелятом публіцистичного стилю [4, с. 35], характерного для мови ЗМІ (радіо, телебачення, інтернету, преси тощо), промов і виступів громадських та політичних діячів. Головними ознаками ЗМІ є безпосередність (інформація передається майже миттєво або наживо з найвіддаленіших куточків світу), актуальність (висвітлення найрелевантніших подій і новин), масовість та різноманітність (в інформації, трансльованій ЗМІ, фігурують усі аспекти життя людей – соціальний, політичний, релігійний, мистецький, економічний, психологічний тощо) [22, с. 178]. З огляду на все вищезазначене, приходимо до висновку, що головною функцією публіцистичного стилю є інформативна.

Інтенсивність впливу на адресата зумовлює поділ дискурсу на персуазивний та дискурс звичайної розмови [13, с. 175]. Відтак можемо стверджувати, що публіцистичний дискурс відноситься до персуазивного типу дискурсу, оскільки його ще однією основоположною функцією є функція впливу. Крім інформативної функції і функції впливу для публіцистики характерні також розважальна й аналітична функції. Розважальна спрямована на креативну подачу матеріалу з метою полегшити сприйняття інформації, а аналітична – на систематизацію й аналіз констатованих фактів [19, с. 122]. Із урахуванням вищезазначених функцій публіцистичного дискурсу, комунікативної та прагматичної мети мовця виділяємо найбільш поширені стратегії публіцистичного дискурсу: інформативна, аргументативна, маніпулятивна, сугестивна.

Науковий дискурс можемо тлумачити як інтерпретацію наукового тексту у свідомості окремої людини з урахуванням комунікативної мети адресанта, суб'єкта комунікації, статусу й ролей мовців, ступеня обізнаності учасників комунікації та низки позамовних чинників (психологічних, соціокультурних, прагматичних, когнітивних тощо) [11, с. 40]. Формою втілення наукового дискурсу є наукова комунікація. Її учасниками є адресант (фахівець у відповідній галузі) та адресат (читач із різним рівнем знань). Завдання наукової комунікації полягає в демонстрації теорій, аргументації гіпотез, інтерпретації, описі, класифікації та поясненні явищ об'єктивної реальності, у передачі отриманих знань у доступній формі з метою їх подальшого використання, а також для запобігання проблемам, хворобам.

Організація наукового дискурсу обумовлена особливостями відповідного стилю. Для наукового стилю характерними є точність, достовірність, прагнення до максимальної об'єктивності, логічна послідовність викладу, систематизованість, апелювання до розуму й логіки, а не до почуттів (відсутність емотивності), узагальненість [22, с. 195]. З огляду на те, що головними завданнями наукового дискурсу є аналіз і пояснення наукових проблем, висвітлення результатів досліджень, передача об'єктивної інформації

зрозумілим чином із метою її подальшого застосування в професійній та практичній діяльності, можемо зробити висновок, що основними функціями наукового стилю є інформативна й аналітична. Це зумовлює домінування в науковому дискурсі інформативної й аргументативної комунікативних стратегій із повною відсутністю маніпуляцій чи сугестії (спонукання).

Орієнтуючись на соціально-ситуативний критерій типологізації дискурсу, виділяють рекламний, адміністративний, діловий, педагогічний, політичний, військовий, медичний, спортивний, релігійний, науковий, медійний та ін. дискурси [8, с. 122]. На нашу думку, окрім публіцистичного й наукового, психологічний дискурс також тісно пов'язаний із медичним, відтак вважаємо за необхідне детальніше розглянути особливості останнього.

Медичний дискурс належить до інституційного типу дискурсу, тобто є комунікацією в межах певного суспільного інституту (у нашому випадку медицини), де діють чітко встановлені правила, що регулюють взаємодію індивідів у різних сферах суспільства. Н. Литвиненко поділяє медичний дискурс на дискретний (спілкування лікаря з пацієнтом) та недискретний (спілкування лікарів різних спеціалізацій на професійні теми) [10, с. 68-69]. Нас цікавить саме дискретний медичний дискурс, оскільки у практичних матеріалах дослідження наведена взаємодія психолога-автора з читачем-пацієнтом. Головною метою лікаря-адресанта у цьому типі дискурсу є не тільки повідомити пацієнта про результати досліджень та проінформувати його щодо всіх особливостей потенційного діагнозу, а й викликати в пацієнта реакцію, націлену на дотримання лікарських рекомендацій і боротьбу з хворобою. Таким чином медичний дискретний дискурс характеризується двома основними функціями – інформативною та функцією емоційного впливу. О. Яшенкова виділяє наступні стратегії медичного дискурсу: передувальна (збирання анамнезу), діагностична, лікувальна (утілюється шляхом спонукання пацієнта до виконання лікарських настанов), рекомендувальна, пояснювальна (інформативна), оцінна (оцінка ефективності лікування та стану пацієнта) [25, с. 164]. Як зазначає

Н. Литвиненко, провідною рисою медичного дискурсу є високий ступінь сугестивності під час комунікації між лікарем та пацієнтом [9, с. 145].

Отже, іспанський авторський психологічний дискурс, що слугує матеріалом для досліджень у нашій роботі, поєднує в собі характерні ознаки й функції трьох типів дискурсів – публіцистичного, наукового та медичного. З огляду на це виділяємо наступні комунікативні стратегії, притаманні іспанським текстам психологічного спрямування: інформативна, аргументативна, апелятивна, спонукальна.

### **Висновки до першого розділу**

«Дискурс» є фундаментальним міждисциплінарним поняттям, вивчення якого поглиблює наші знання з організації комунікативних актів, висвітлює роль мовних засобів у репрезентації когнітивних феноменів та висвітлює важливість контексту під час інтеракції між мовцями. З огляду на багатоаспектність дискурсу, не існує його єдиної й усталеної дефініції. Деякі дослідники у своїх тлумаченнях роблять акцент на тексті як формі вияву дискурсу, інші схильні ототожнювати дискурс із мовленням. Комплексний аналіз дефініцій «дискурсу» у межах різних наукових парадигм дає нам можливість стверджувати, що домінантними виявилися соціолінгвістичний (наголошує на важливості соціального чинника при тлумаченні дискурсу) та когнітивно-комунікативний (передбачає проєкцію мовної взаємодії у свідомості комунікантів й аналіз мовних засобів, що застосовуються для досягнення встановленої мети) підходи.

«Психологічний дискурс» є відносно новим, але, безумовно, важливим об'єктом сучасних наукових розвідок у мовознавчій сфері. Аналіз тлумачень «психологічного дискурсу» в межах лінгвістики, психолінгвістики, соціології та психології дозволив нам трактувати дане поняття як комунікативну взаємодію в галузі психології, під час якої пацієнт (або читач) отримує психологічну допомогу, якість якої залежить від організації комунікативного акту фахівцем-психологом (автором) та застосування ним мовних засобів для реалізації обраних стратегій і тактик, де «комунікативна стратегія» – це план втілення комунікативного наміру мовця, а «комунікативна тактика» – засіб утілення цього

наміру. Однією з форм вияву психологічного дискурсу є писемна, що спонукало нас у даній роботі під «психологічним дискурсом» розуміти тексти психологічного спрямування.

Сучасному іспаномовному інфополю властиве активне продукування текстів на психологічну тематику, зумовлене підвищеним інтересом іспанського суспільства до явищ психіки, і зростання попиту на отримання достовірної інформації інформативно-консультативного характеру у вільному доступі. Метою цих текстів стало якісне інформування читача, забезпечення його науково-обґрунтованими твердженнями, які пояснюють природу психологічних явищ, описують симптоми поширених розладів, інтерпретують стани людської психологічні реакції у різних типах ситуацій. Психологічний дискурс (зокрема іспаномовний) є гібридним видом дискурсу, адже йому притаманні ознаки медичного (реалізація консультативної діяльності лікарем упродовж комунікації, експлікація симптоматики психологічних захворювань, надання практичних порад для подолання цих захворювань, високий рівень сугестивності), публіцистичного (масовість, здійснення впливу на читача, наявність емотивного компоненту) й наукового (послідовність викладу, тяжіння до максимальної об'єктивності, якісне аргументування, забезпечене висвітленням науково-підкріплених тверджень, результатів досліджень тощо) дискурсів. Відтак ми дійшли висновку, що тексти психологічного спрямування можна охарактеризувати як науково-популярні (або науково-публіцистичні) з огляду на поєднання в них рис двох функціональних стилів: публіцистичного й наукового.

Отже, детальний розгляд функціонально-стилістичних особливостей психологічного дискурсу зумовив виокремлення на їх основі наступних комунікативних стратегій: інформативної, аргументативної, апелятивної і спонукальної.

## **РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ІСПАНОМОВНИХ АВТОРСЬКИХ ТЕКСТІВ ПСИХОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ. ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ**

### **2.1. Прагматичний потенціал комунікативних тактик іспаномовного психологічного дискурсу**

Однією з головних рис сучасного суспільства є піклування про ментальне здоров'я й активне висвітлення проблем психологічного характеру у ЗМІ.

Незважаючи на те, що інтерес соціуму до механізмів і тонкощів функціонування нашої психіки в різних ситуаціях спостерігається вже впродовж багатьох років, каталізатором такого «інформаційного психологічного буму» у світовому (й зокрема іспаномовному) інфопросторі стала пандемія. Ускладнення, пов'язані з COVID-19, похитнули металний стан багатьох людей, ставши причиною довготривалих депресій, загострення існуючих чи провокування нових психологічних розладів. Однак попри популяризацію основного методу усунення психологічних проблем, тобто звернення до відповідного лікаря, більшість людей або відмовляються вдаватися до нього через упередженість, скептицизм, недовіру чи страх осуду з боку інших, або не мають матеріальної змоги це зробити. Проте найчастіше трапляється так, що люди не шукають допомоги, оскільки самі не усвідомлюють наявності психологічних проблем/травм/розладів, не вміють розпізнавати їх ознак і симптомів. Відтак головною метою текстів рубрики «Psicología» журналу «El País Semanal», що є основою нашого дослідження, є підвищення рівня поінформованості населення, задоволення інтересу спільноти щодо психологічних питань та надання практичних порад.

Основою досліджуваного дискурсу є комунікація між автором-психологом і читачем. Компонентами комунікації виступають адресант, адресат і повідомлення. Адресатом у нашому випадку є читач, адресантом – автор-психолог, що передає повідомлення у вигляді тексту на психологічну тематику. Відтак ми зосереджуємо свою увагу не лише на змісті цього тексту, а й на його

контексті та, перш за все, меті, яку переслідує адресант. Для досягнення цієї мети адресант повинен дотримуватися основної комунікативної стратегії/стратегій дискурсу, а також уміло комбінувати тактики, котрі сприяють реалізації цієї стратегії. Отже, ключовими аспектами у виокремленні тактик досліджуваного дискурсу стали комунікативний та прагматичний аспекти.

Під час аналізу іспаномовних авторських текстів психологічного спрямування ми дійшли висновку, що їх основними цілями є проінформувати читача, надавши науково-обґрунтовану інформацію, котра тяжіє до максимальної об'єктивності; здійснити вплив на читача, викликавши в нього певну емоційну реакцію; стимулювати зацікавленість адресата й утримати його увагу впродовж ознайомлення з текстом; спонукати читача до аналізу власних поведінкових реакцій та психологічних особливостей; надати практичні поради стосовно поліпшення ментального стану адресата, заохочуючи їх подальше дотримання.

Досягнення вищезазначених цілей обумовило виокремлення нами низки тактик досліджуваного дискурсу, а саме:

- тактики апелювання до авторитету [25, с. 165];
- тактики деталізації/пояснювальної тактики [25, с. 165];
- тактики контрастного аналізу;
- тактики активізації уваги читача;
- тактики визнання емоційного стану;
- тактики надання поради [25, с. 164];
- тактики моделювання життєвих ситуацій.

Особливості вищезазначених тактик розглянемо детальніше у наступних підрозділах роботи.

## **2.2. Тактика апелювання до авторитету**

Тактика апелювання до авторитету є домінантною тактикою досліджуваного дискурсу, що сприяє реалізації його головних стратегій – аргументативної й інформативної. Вона передбачає звертання адресанта до

думок авторитетних осіб або джерел, що сприяє переконливості інформації й завоюванню довіри читача.

Основною рисою текстів рубрики «Psicología» журналу «El País Semanal» є пряме цитування психологів, психотерапевтів та психіатрів (з обов'язковим зазначенням їх посади, й місця роботи): **Como dice Guillermo Lahera, profesor titular de Psiquiatría en la Universidad de Alcalá**, “la literatura es una poderosa fuente generadora de significado” (13); **Antonio Damasio, profesor de Psicología, Filosofía y Neurología en la Universidad de Southern California dice que** “el miedo abrumba el proceso de decisión” (2). Або передання головної ідеї спеціалістів шляхом перефразування й узагальнення: **De hecho, según Freud, la fotografía como medio se asocia con los efectos psíquicos del trauma** (25); **El prestigioso psicólogo Martin Seligman considera que el buen humor es un factor clave de las personas resilientes, además de un indicador de la salud mental** (3); **Tali Sharot, profesora de Neurociencia Cognitiva en el University College de Londres, afirma que sobrecargarnos de noticias negativas eleva el estrés y nos hace tomar decisiones precipitadas** (20).

Тактика апелювання до авторитету реалізується також у посиленні на різноманітні дослідження/опитування, здійснені під керівництвом спеціалістів, відомих організацій та асоціацій, і їх результати (підкріплені статистичними даними й цифрами для більшої переконливості): **Una investigación llevada a cabo en 2006 por tres médicos de la Universidad de Nebraska demostró que...** (24); **...lo publicó la Oficina para la Región Europea de la Organización Mundial de la Salud en noviembre de 2019, en un informe apoyado en más de 3.000 estudios científicos** (13); **En marzo de 2023, la Asociación Americana de Psiquiatría (APA) publicó el resultado de una encuesta que concluía que convivir con una mascota mejora el bienestar en el 86% de las personas** (21); **Un metaanálisis en el que fueron incluidos 41.641 universitarios británicos, canadienses y estadounidenses entre 1989 y 2016 mostró...** (29).

Крім апелювання до думки фахівців у галузі психології, автори текстів досліджуваного дискурсу цитують:

– письменників (*Juan Ramón Jiménez, Octavio Paz, Rosa Montero, Truman Capote, Susan Sontag, V.S. Naipaul*), посилаючись здебільшого на сучасних іспаномовних авторів або авторів минулого століття: ***Como recuerda Rosa Montero***, “*en los momentos más oscuros, sus amigos habían encendido la luz y le habían dado literalmente la vida*” (18), ***Según Octavio Paz***, “*Al nacer fuimos arrancados de la totalidad, en el amor, todos nos hemos sentido regresar a la totalidad original. Por eso, las imágenes poéticas transforman a la persona amada en naturaleza – montaña, agua, nube, estrella, selva, mar, ola...*” (15);

– філософів (*Aristóteles, Sigmund Freud, José Ortega y Gasset, Gaston Bachelard, Massimo Pigliucci, Immanuel Kant, Theodor Lipps, Vittorio Gallese, Ian Hacking, Walter Benjamin*): ***O como escribió José Ortega y Gasset en Meditaciones del Quijote***: “*Yo soy yo y mi circunstancia y si no la salvo a ella no me salvo yo*”(5), ***Argumenta Gallese***: “*Somos animales sociales, cuando entramos en relación con los demás hay una multiplicidad de estados que compartimos: emociones, nuestro esquema corporal, nuestro ser sujeto al dolor, y muchas otras sensaciones somáticas*”(17);

– кінорежисерів (*Alfred Hitchcock, Vittorio de Sica*): “*Además de la lógica, para sobrevivir a esta realidad necesitamos la imaginación*”, ***dijo Alfred Hitchcock*** (13);

– співаків (*David Bowie*): ***Damos a nuestras pruebas y enemigos nombres más cotidianos, pero, como cantaba Bowie, aunque sea solo por un día, todos estamos llamados a ser héroes*** (12).

Таке розмаїття у виборі авторитетних джерел має на меті досягти якнайвищого рівня довіри читача до тексту, сприяє підвищенню об’єктивності інформації й усуненню фактора голослівності.

### **2.3. Тактика деталізації/пояснювальна тактика**

Ще однією тактикою, що сприяє реалізації інформативної й аргументативної стратегій є пояснювальна або тактика деталізації, котра забезпечує донесення інформації простою та зрозумілою для широкого кола читачів мовою. Можемо стверджувати, що досліджуваний психологічний

дискурс за своєю природою є науково-популярним (або науково-публіцистичним) з огляду на досить високий ступінь узагальнення у проаналізованих текстах, зумовлений характером адресата [21, с. 42]. Характерним є пояснення термінів із різних сфер широкому загалу. Це можуть бути вузьконаправлені чи загальнонаукові терміни:

- біологічні й фармацевтичні: ...**amiloide**, una proteína anormal presente en estos procesos y el ejercicio (24); Un conjunto de componentes del cerebro está a cargo de mapear los cambios que ocurren continuamente dentro del organismo; se conoce como **el sistema nervioso interoceptivo** (2); Las endorfinas mitigan el dolor – son **analgésicos naturales** – y, al estimular los centros de placer, son responsables de nuestros momentos de bienestar e incluso euforia (3);

- економічні: Otro gran factor es nuestra **inteligencia financiera**, es decir, nuestra capacidad para maximizar nuestras finanzas (16);

- і, звісно, психологічні (що часто виражені англіцизмами або перекладені на іспанську мову): El llamado **síndrome de sobreentrenamiento**, cuando el deporte se convierte en una obsesión (24); ...**la astenia** o la dificultad para realizar tareas que, en condiciones normales, se hacen fácilmente (5); El número cada vez mayor de personas está experimentando lo que se define como “**perfeccionismo multidimensional**”, que incluye el perfeccionismo dirigido hacia uno mismo, hacia los demás y el prescrito socialmente (29); Esta rutina que siguen millones de personas tiene un nombre que se popularizó durante la pandemia: **doomscrolling o doomsurfing**, definido como la adicción a las noticias negativas (20).

У досліджуваному дискурсі превалює вживання різноманітних психологічних понять без їх попередньої експлікації, оскільки ці поняття за останні роки перестали бути вузькоспеціалізованими, і відтак не погіршують розуміння читачем тексту. Прикладами таких термінів є: *antidepresivo* (антидепресант), *neurotransmisor* (нейромедіатор), *apatía* (апатія), *depresión* (депресія), *ansiedad* (тривожність), *trastornos alimentarios* (розлади харчової поведінки/РХП), *trastornos del estado de ánimo* (афективні розлади), *el malestar*

*psicológico* (психологічний дистрес), *trastorno depresivo* (депресивний розлад), *cuadro clínico* (клінічна картина) тощо.

Отже, головним завданням пояснювальної тактики є ознайомлення читача з термінологічним апаратом, що стосується сфер, дотичних до психології, таких як біологія і фармакологія, а також економічної сфери з абсолютним кількісним превалюванням психологічних термінів, загальноживаних або вузького профільного значення.

#### **2.4. Тактика активізації уваги читача**

Одним із головних критеріїв успішного комунікативного акту є залученість адресата. Відтак завданням автора є підібрати такі комунікативні ходи, які б успішно активізували увагу читача й підігрівали його інтерес до ознайомлення з новою інформацією. Головним інструментом для втілення цього завдання є питальне речення – інтенційний засіб мовної взаємодії між адресантом та адресатом, що застосовується для досягнення мовцем певної комунікативної мети [5, с. 214].

Простежується тенденція до використання питальних речень на самому початку статті аби пробудити інтерес аудиторії з перших рядків: *¿Qué lugar tiene el amor en un mundo como el nuestro?* (1)

Питання на кшталт: *¿Qué dice la neurociencia actual de la capacidad de transformarlo a través del ejercicio físico?* (24), *¿cómo podemos cultivar ese yo romántico que nos permita descubrir quiénes somos y qué podemos aportar a la vida?* (15) *¿Por qué tomamos tales instantáneas? ¿Y qué vamos a hacer con ellas ahora?* (25) *¿Qué es eso que llamamos empatía?* (17) окрім основної функції привернення уваги, додатково слугують інструментом для організації комунікативного акту у формі «питання – відповідь спеціаліста», оскільки автор-психолог надає розлогу експлікацію кожної ситуації/явища/поведінкового феномену, зазначеного в питанні, реалізуючи таким чином інформативну й аргументативну стратегії.

У досліджуваному дискурсі часто трапляються прямі запитання до читача на 2 ос. однини: *¿Imaginas ponerte en los zapatos de otra persona?* (17) Вони дещо

персоналізують дискурс, імітуючи діалог та створюючи ефект безпосередньої комунікації адресата з адресантом. Однак суттєво превалюють питальні речення у 1 ос. однини, на кшталт: *¿Cómo hemos de responder en caso de una eventualidad terrible? ¿Habrán de colapsarse nuestros sistemas, de derrumbarse nuestras defensas, quedaríamos paralizados por el miedo o incapacitados por el trauma?* (9) Futuro Simple й Condicional Simple тут застосовуються для висловлення автором припущень і додатково наводять читачу приклади імовірних реакцій людей у конкретній ситуації, що змушує його задуматися над власними діями в таких умовах.

Проте запитальні речення – не єдиний інструмент привернення уваги читача в психологічному дискурсі. Цьому також сприяє використання наказового способу на 1 ос. множини: *Volvamos a los anteriores ejemplos, que son la base de interesantes investigaciones científicas* (4). Іноді застосування імперативу на 2 ос. однини може комбінуватися з питальними реченням задля заохочення мисленнєвої діяльності з боку читача, підсилення впливу на нього шляхом імітації діалогу між адресатом та адресантом: *Piensa en tus 10 mejores amigos (excluyendo familia y parientes cercanos). ¿Cuántos de ellos pondrías en las siguientes categorías?* (26)

Отже, тактика активізації уваги читача допомагає автору не втратити інтерес читача у процесі ознайомлення з інформацією, спонукає читача аналізувати отриману інформацію, проектуючи описані ситуації на себе. Цьому сприяє постійне використання питальних речень на 1 ос. множини та наказового способу на 2 ос. однини.

## **2.5. Емоційна складова психологічного дискурсу. Тактика визнання емоційного стану**

Емоційна складова досліджуваного психологічного дискурсу зумовлена впливом публіцистичного стилю. Головною особливістю іспаномовних текстів психологічного спрямування є акцент на описі емоцій адресата, його психологічному стані. Відтак характерним є превалювання емоційної лексики (називає, виражає, описує емоції) над оцінною (виражає ставлення мовця до

висловлюваного) [16, с. 175]. Така організація комунікативного акту обумовлена специфікою взаємодії «автор-психолог – читач», де в центрі уваги перебуває виявлення й називання переживань читача з метою привернення його уваги до потенційно наявних проблем. Для досягнення вищезазначеної мети спостерігаємо тенденцію до використання 1 ос. множини, наприклад: *...es evidente que somos vulnerables, no solo ante amenazas conocidas y difíciles de predecir, sino también ante muchas otras que desconocemos y que ni siquiera podemos nombrar* (9); *Dejar un lugar que consideramos seguro genera emociones como tristeza, miedo, ansiedad o incertidumbre por la sensación de pérdida. Esto es algo normal* (30). Таким чином автор дає змогу читачу зрозуміти, що ця проблема характерна для багатьох людей, викликає довіру аудиторії, вдаючись до тактики наближення, залучення читача до загалу.

Прослідковується також поєднання тактики визнання емоційного стану з тактикою активізації уваги читача, що реалізується за допомогою використання питального речення й наказового способу на 1 ос. множини: *¿Nos sentimos desanimados? Digámoslo en alto y sin fingir* (5).

Частим у досліджуваних текстах є застосування граматизованих конструкцій *ir + gerundio* й *estar + gerundio*: *Es un proceso que te va envolviendo poco a poco* (6); *...la sensación de fracaso, la insatisfacción, el desánimo o la baja tolerancia a la frustración se están cronificando en muchas personas* (11). Вони вказують не лише на тривалість дії, а й на те, що процес, про який ідеться, відбувається послідовно, у кілька етапів чи стадій, так що кожна наступна стадія додається/нашаровується на попередню, поки не буде досягнута певна межа. Подібно до цього в людей виникають певні психічні захворювання чи розлади: поступово і з накопичувальним ефектом. Варто також зазначити, що ці конструкції є типовими для розмовного стилю, а тому їх використання сприяє наближенню читача до тексту.

Для досліджуваного дискурсу також характерним є використання лексики з негативною конотацією. Серед цієї лексики кількісно переважають саме

іменники, котрі виконують номінативну функцію. Ці іменники можемо поділити на три групи:

- **ті, що називають причину виникнення певних емоцій/емоційного стану:** *pandemia, guerra, catástrofe, cadáveres, políticas temerarias, divorcio, presión desastre, pérdidas, ataque terrorista, invasión, calamidades, peligros, etc.*;

- **ті, що називають самі емоції/емоційний стан:** *miedo, temor, dolor, desesperación, ignorancia, ansiedad, tristeza, desánimo, incertidumbre, sufrimiento, agotamiento, etc.*;

- **ті, що називають наслідки емоційних переживань:** *aislamiento, trauma, pesadillas, insomnio, trastornos del estado de ánimo, reclusión, trastorno depresivo, destrucción, etc.*

Найбільш уживаним виявився іменник *pandemia* (зустрічається 24 рази у третині аналізованих текстів: 11/30), що свідчить про суттєве загострення психологічних проблем саме в цей період.

Тактика визнання емоційного стану реалізується також за допомогою мовних засобів, таких як епітети, що додають тексту експресивності та підсилюють вплив на читача: *Solo la **anhelada noche** transmite algo de paz y tranquilidad* (5).

У досліджуваному дискурсі спостерігається часте використання прикметників із негативною конотацією, що описують симптоми психологічних захворювань. Для підсилення емоційного впливу на читача застосовується висхідна градація: *Tu amigo ya no es el mismo. Hace meses que le notas por teléfono algo **triste, apagado, desanimado, menos hablador, ensimismado en sus pensamientos, aislado y bloqueado*** (18).

Отже, тактика визнання емоційного стану має на меті проінформувати читача, називаючи й описуючи конкретні емоції або стани, що є симптомами поширених психологічних розладів, допомагаючи таким чином вчасно розпізнати їх ознаки й симптоматику. Це в свою чергу викликає у читача певну емоційну реакцію, підштовхує до визнання проблеми й заохочує звернутися до

відповідного лікаря. Серед комунікативних ходів домінує використання 1 ос. множини та іменників з негативною конотацією, що виконують номінативну функцію. Часто для підсилення емоційного ефекту застосовуються граматизовані конструкції з герундієм, прийом висхідної градації чи епітети.

## **2.6. Тактика моделювання життєвих ситуацій**

Однією з характерних рис психологічного дискурсу є персуазивність, що передбачає здійснення певного впливу на читача з метою досягнення перлокутивного ефекту. Під «перлокутивним ефектом» розуміють емоційні, поведінкові зміни, зміни мислення чи навіть світоглядні зміни адресата, викликані його прямою чи опосередкованою комунікативною взаємодією з адресантом [12, с. 34].

Відтак аби отримати від читача якусь реакцію на донесене повідомлення та певною мірою повпливати на його внутрішні переконання, під час комунікативного акту у межах психологічного дискурсу лікар-спеціаліст вдається насамперед до аргументативної стратегії. Отже, характерною рисою іспаномовних текстів психологічного спрямування є персуазивне аргументування. Як було з'ясовано у попередніх розділах, якісну аргументацію у досліджуваному дискурсі забезпечують посилення на думку фахівців, апелювання до авторитетних джерел та наведення статистичних даних на підтвердження конкретних тез чи фактів. Такі комунікативні ходи передбачають осмислення й аналіз інформації читачем за допомогою розуму й логіки й апелюють вони саме до раціональної складової [36, с. 740], а не емоційної. Однак переконливість у психології – це не лише сухі факти, цифри і твердження науковців. Для реалізації аргументативної стратегії фахівець у сфері психології для більшої персуазивності часто вдається до тактики моделювання життєвих ситуацій.

У досліджуваних текстах спостерігається використання цієї тактики саме на початку статей, що додатково сприяє залученню читача до подальшого детального ознайомлення з інформацією, пробуджує в нього інтерес. Автор-психолог наводить влучний приклад, описуючи ситуацію з життя звичайної

людини в 3 ос. однини так, ніби ми спостерігаємо за розгортанням подій у реальному часі (цьому сприяє використання Presente de Indicativo під час оповіді). Наприклад: *Tras pasar una noche regular, en la que ha tenido un par de pesadillas y se ha despertado varias veces, Ramón empieza el día consultando las noticias desde su móvil. Así como dos años antes actualizaba los datos de la covid con el recuento de casos de la Universidad Johns Hopkins, ahora sigue angustiado por la guerra en Ucrania. Completa las informaciones surfеando por dos o tres medios más, por si se le está escapando algún detalle de la catástrofe. Mientras desayuna, en su mente se proyectan imágenes de cadáveres cubiertos con mantas, cifras de muertos, heridos y refugiados* (20).

Така організація розповіді одразу привертає увагу читача, адже в умовному «Рамоні» від бачить себе, розуміє, що певні симптоми, стани чи проблеми психологічного характеру – явище, спільне для багатьох людей. Це одразу дає змогу автору скоротити дистанцію між ним і читачем та викликати довіру й прихильність останнього з перших рядків. Водночас адресант досягає необхідного перлокутивного ефекту, апелюючи до емоцій адресата за допомогою використання лексики з негативною конотацією: *pesadillas, guerra, catástrofe, cadáveres, muertos, heridos y refugiados*. Автор підкреслює довготривалість тривожного стану шляхом застосування перифрастичної конструкції з дієприкметником (*seguir + participio*): *sigue angustiado*.

Подібний ефект спостерігаємо в наступному уривку: *Un día recibes la noticia. Silvia, Diana, Óscar o Sonia han fallecido. “¿Cómo? Si fuimos juntos al colegio, si tiene mi edad, si estuvimos cenando hace nada... ¿Seguro?”* (7) Тут автор уже використовує 2 ос. однини для моделювання ситуації й, відповідно, підсилення емоційного впливу. Прослідковується апелювання до емоцій читача: питання *¿Cómo?*, *¿Seguro?* а також три крапки в кінці речення викликають в адресата почуття розгубленості, безвиході, стану шоку, що часто виникають в людей у такі складні моменти. Читач одразу проектує цю ситуацію на себе, починає аналізувати відповідні емоції; йому хочеться читати далі, аби дізнатися, як діяти у такому випадку.

Тактика моделювання життєвих ситуацій у досліджуваних текстах також може втілюватися шляхом використання умовних речень першого типу. При цьому в головній частині зазвичай вживається Presente de Indicativo на 1 ос. множини, що демонструє універсальність людських досвідів у певних ситуаціях і сприяє зближенню автора з читачем: *Si nos dan a elegir entre diversos productos gratis, creemos que escogemos aquel que más nos gusta. Si nos preguntan si preferimos dinero inmediato o conseguir una mayor cantidad pasado un mes, pensamos que decidiremos según nuestras circunstancias económicas* (2) *Si escuchamos constantemente “tú y yo sabemos que no estás a la altura”, “tienes tan mal carácter que la gente no querrá estar contigo” o “qué mal te queda lo que llevas”, podemos llegar a creer que es una realidad* (19). Дещо рідше може застосовуватися 3 ос. однини, аби досягти ефекту «погляд на ситуацію збоку»: *Si uno se quiere apuntar a un curso nuevo, se frena porque lo ve inútil. Si uno tiene ganas de encontrar pareja, lo ve complicado y no queda con nadie* (5). У наведених вище уривках автор додатково використовує анафору (*Si nos...*, *Si uno...*), забезпечуючи більш розлоге наведення прикладів й підвищуючи переконливість тексту.

Ще одним яскравим прикладом втілення тактики моделювання ситуації з життя є інтегрування в текст фрагменту переписки між друзями в їх спільному чаті:

*Llega un mensaje a dos grupos de WhatsApp de amigos treintañeros: “¿A alguien que esté en terapia le apetece participar en un reportaje sobre salud mental”. En pocos minutos hay respuestas:*

*Ana: “Yes”.*

*Sandra: “Yo me quiero casar con mi psicóloga [emoji con ojos con corazones]. Venga, me apetece”.*

*Guillermo: “Puedes darle mi teléfono”.*

*Cris: “El mío se lo puedes dar, pero no he sido muy constante con la terapia, no sé si vale”.*

*Teresa: “Ja, ja, ja, pues en este grupo de locas, igual le sale la media un poco pa’yá, pero vale, I’m in [estoy dentro]”* (28).

Така імітація діалогу теж одразу сприяє активізації уваги читача. Дотримання особливостей розмовного стилю, як-от використання скорочень (*pa'ya* замість *para ya*) чи англіцизмів (*Yes, I'm in*) робить інтегрований діалог автентичнішим, а саму статтю – більш переконливою. Водночас, якщо взяти до уваги зміст повідомлень, такий початок тексту має на меті ще одну важливу річ – «прорекламувати» терапію та популяризувати звернення до психологів.

Схожу мету переслідує й наступний уривок: *Imaginemos que es un coach sin un mínimo de idea de lo que está haciendo y le dice: “Todo lo puedes si lo deseas y lo intentas”, “no hay excusas, tú lo puedes lograr”, “saca el tigre que hay en ti” o cualquier tontería. El paciente sale de esa consulta y surge en su mente la siguiente pregunta: “¿Si este doctor es el que sabe, le pagué esta consulta tan cara y me dice que depende de mí, pero yo ya lo he intentado tanto, entonces, yo no tengo remedio?”. El paciente queda con el bolsillo vacío, con una idea totalmente errónea de su problema, sin esperanza, y sin duda alguna, con empeoramiento de su cuadro clínico (28).*

Хоча на перший погляд може здатися, що це своєрідна «антиреклама» психологів, насправді все навпаки. За рахунок того, що автор реалізує спонукальну стратегію шляхом використання наказового способу на 1 ос. множини (*imaginemos*) він зближується з читачем. Застосуванням фраз на кшталт *tontería, coach, idea totalmente errónea, sin un mínimo de idea de lo que está haciendo* автор не тільки показує власне зневажливе ставлення до таких «колеґ-спеціалістів» і їх дій, а й демонструє солідаризацію з читачем, розуміння його болів і проблем під час пошуку надійного та кваліфікованого фахівця. Це викликає в адресата довіру до адресанта, спонукає його читати далі, аби уникнути неприємних ситуацій із підбором психолога в майбутньому.

Отже, тактика моделювання життєвих ситуацій спрямована на переконливе аргументування, виклик довіри в читача та зближення з ним, здійснення певного емоційного впливу на адресата (що найчастіше втілюється шляхом використання негативно-забарвленої лексики, питальних речень та

граматизованих конструкцій з дієприкметником) і навіть рекламування послуг психологів у деяких випадках.

## 2.7. Тактика надання поради

Окрім раціонального аргументування, прагматична цінність психологічного дискурсу полягає в наданні адресантом практичних порад і вказівок адресату із метою покращення психологічного стану останнього. У досліджуваних текстах тактика надання поради реалізується за допомогою різноманітних комунікативних ходів на морфологічному й синтаксичному рівнях.

Наприклад, характерним для психологічного дискурсу є використання наказового способу або *Presente de Indicativo* на 1 ос. множини в головній частині умовного речення першого типу, що сприяє успішній реалізації спонукальної стратегії та забезпечує своєрідну універсалізацію поради: *Si queremos mostrar nuestra relación con el dinero, **necesitamos** conocer qué nos condiciona* (16).

Також у досліджуваних текстах нерідко використовуються еліптичні речення, анафора й парцеляція. Це допомагає автору структурувати розповідь таким чином, аби виділити всі основні моменти й розставити інтонаційні акценти. Вищезазначені комунікативні ходи можемо простежити в наступному уривку: *Los comportamientos virtuosos consisten en decirle a nuestro amigo que es válido lo que siente. **Que no está solo. Que vamos a entenderle con empatía. Que vamos a escuchar*** (анафора) *lo que le preocupa sin ser demasiado exigentes con los detalles. Preguntarle qué necesita. Si notamos que le cuesta abrirse, **no insistamos. Mantengamos la calma*** (парцеляція) (18).

Тактиці надання поради часто передує тактика активізації уваги читача. При цьому остання зазвичай реалізується шляхом використання запитальних речень, а вказівка від автора в такому випадку стоїть у формі наказового способу на 2 ос. однини, що, на відміну від попереднього прикладу, сприяє персоналізації наданої поради: *¿Cómo beneficiarse del favor de lo imperfecto? **Date permiso para desarrollar expectativas más realistas y flexibles. Mantén tu propia perspectiva y céntrate*** en lo que te apasiona para poder encarar tus tendencias perfeccionistas (29).

Ще одним втіленням тактики надання поради слугує використання так званих *oraciones unipersonales* (узагальнено-особових речень), що починаються з *es importante, es mejor, hay que, no tiene sentido, resulta útil, etc.*: ***Es mejor focalizarse en los instantes felices y evitar reforzar momentos traumáticos*** (7); ***Hay que evaluar lo positivo que el nuevo hogar traerá...*** (30); ***No tiene sentido malgastar el tiempo en tratar de controlar las circunstancias, los afectos, las opiniones de los demás y el pasado*** (11); ***Resulta útil organizar el tiempo dedicado al trabajo y al descanso*** (5) або безособових речень (*oraciones impersonales*): ***Este objetivo se puede conseguir con pequeñas tareas, como anotar tres momentos significativos del día y destacar las fortalezas personales asociadas a ellos*** (5); ***No se puede vivir de espaldas a la realidad*** (5). В останньому реченні можемо водночас спостерігати застосування фразеологічного звороту *vivir de espaldas a algo*, що урізноманітнює дискурс й підсилює емоційний вплив на читача.

Тактика надання поради реалізується також шляхом використання *Condicional Simple*, що наближає раду радше до ненав'язливої пропозиції, усуваючи надмірну наказовість: ***Podríamos tratar de considerar el lado más afirmativo de nuestra experiencia de estar vivos y recordar que contamos con interacciones elementales que no provocan ningún desastre*** (10).

Отже, тактика поради репрезентує спонукальну стратегію й має на меті не тільки забезпечити читача вказівками/планом дій у тій чи іншій ситуації, а й заохотити його слідувати цим вказівкам у подальшому. При цьому домінує використання наказового способу на 1 чи 2 ос. однини, *Condicional Simple*, безособових та узагальнено-особових речень.

## 2.8. Тактика контрастного аналізу

Тактика контрастного аналізу у досліджуваному дискурсі базується на протиставленні певних ситуацій, патернів поведінки людей у цих ситуаціях чи емоцій/станів, спричинених цією ситуацією: ***Hay quien recarga energía rodeándose de personas y hay quien prefiere la soledad para sentirse mejor*** (22). Такий підхід до подання інформації дає автору змогу забезпечити більш якісне та переконливе аргументування власної думки.

Основним інструментом для втілення цієї тактики є використання в реченнях антонімічних пар слів, серед яких переважають іменники: *riesgo/seguridad, aventura/comodidad, neurosis/placer, éxitos/fracasos, el yo público/el yo privado, protagonista/antagonista, manipulador/víctima, amigo/enemigo, languidez/florecimiento, individuo/sociedad, etc: Hay que reinventar el riesgo y la aventura contra la seguridad y la comodidad* (1). У даному прикладі тактика контрастного аналізу поєднується з тактикою надання поради для підсилення емоційного впливу. Варто зазначити, що досліджуваному дискурсу притаманні як постійні, так і контекстуальні антоніми [26, с. 705], котрі набувають протилежного значення лише в певних комунікативних подіях (як-от: *aventura/comodidad, neurosis/placer, manipulador/víctima*).

Однак антонімічними можуть бути не тільки іменники, а й прикметники (котрі іноді стоять у найвищому ступені для більшої експресивності): *Las crisis y las bonanzas económicas afectan a las decisiones colectivas y a las individuales* (16); *El miedo es la emoción más limitante que tenemos, que más nos daña y nos angustia, y, al mismo tiempo, la más importante en nuestra supervivencia* (27) чи, приміром, дієслова: *Podemos tener mucho y perderlo todo, o comenzar poco a poco a incrementar el patrimonio* (16). Таке морфологічне розмаїття фокусує увагу читача та спонукає його аналізувати власну ситуацію з різних боків.

Іноді тактика контрастного аналізу комбінується з тактикою надання поради для підсилення впливу на адресата: *Empezar suave, con pequeños desafíos, y mantenernos en la práctica nos procurará muchas más ventajas que los esfuerzos intensivos* (24).

Окрім того, тактика контрастного аналізу може бути втіленням інформативної й аргументативної стратегій, адже опис феномену з різних боків допомагає автору більш повно обґрунтувати наведену інформацію й викликати довіру читача. Часто в таких випадках використовуються дискурсивні маркери на кшталт *por el contrario, mientras* чи *en cambio*: *Los perfiles cerebrales poseen una mayor capacidad de desconectar de los contenidos que acaban de consumir y pasan página para sumergirse en otra actividad. Los emocionales, en cambio, pueden*

*verse arrastrados el resto del día a un estado de ansiedad y tristeza (20); Mientras que unas disfrutaban del hecho de vivir como nómadas, otras anhelan la mudanza definitiva (30).*

Отже, тактика контрастного аналізу відіграє важливу роль в організації тексту, сприяючи більш вдалому й переконливому аргументуванню автором певної думки й більш повному аналізу наведених ситуацій. Цьому сприяє використання антонімічних пар іменників, прикметників та дієслів. Для підсилення емоційного ефекту може застосовуватися разом із тактикою надання поради.

### **Висновки до другого розділу**

Попит на інформацію, що стосується механізмів функціонування нашої психіки, стрімко зріс за останні роки. Більш активне наповнення рубрики «Psicología» журналу «El País Semanal» відповідними авторськими текстами було зумовлене пандемією й загостренням психологічних проблем через COVID-19, що визначило функціональну специфіку та прагматичну спрямованість іспаномовного психологічного дискурсу. Вона полягає в ознайомленні читача з ключовими поняттями психології (зокрема термінами на позначення поведінкових патернів, станів, розладів і захворювань психіки), наведенні статистичних даних, результатів експертних досліджень для якісного аргументування, стимулюванні активних мисленневих процесів при обробці інформації читачем, викликанні в читача певної емоційної реакції, заохочення до слідування вказівкам автора-спеціаліста тощо.

Відтак, з огляду на прагматичну мету адресата, у другій частині бакалаврської роботи було створено авторську класифікацію основних комунікативних тактик досліджуваного дискурсу і проведено детальний аналіз мовних засобів їх утілення. Таким чином ми виокремили тактику апелювання до авторитету, тактику деталізації/пояснювальну, тактику контрастного аналізу, тактику активізації уваги читача, тактику визнання емоційного стану, тактику надання поради й тактику моделювання життєвих ситуацій, що репрезентували інформативну, аргументативну, апелятивну та спонукальну стратегії.

Здійснений нами аналіз вищезазначених тактик показав, що найбільш широко представленою в іспаномовному психологічному дискурсі є аргументативна стратегія, втілена в тактиках апелювання до авторитету, деталізації, контрастного аналізу й моделювання життєвих ситуацій. З огляду на це, домінантними комунікативними ходами досліджуваних текстів виявилися: пряме цитування, узагальнення чи перифразування думок і тверджень дипломованих фахівців у галузі психології; наведення точних цифр, дат, відсоткових співвідношень під час висвітлення результатів наукових експериментів/опитувань; інтегрування в текст фрагментів переписок й опис типових ситуацій із життя у 3 ос. однини; наведення прикладів із використанням антонімічних пар іменників, прикметників та дієслів тощо.

Однак варто також наголосити на емоційній складовій іспаномовного психологічного дискурсу, що найбільш яскраво представлена в тактиці визнання емоційного стану шляхом використання граматизованих герундіальних конструкцій (котрі акцентують увагу на тривалості психологічних станів, які є симптомами захворювань) та лексики з негативною конотацією (особливо іменників, що виконуюють номінативну функцію – називають емоції/стани або їх причини чи наслідки) для більшої експресивності й досягненні необхідного перлокутивного ефекту.

Крім того, одним із головних комунікативних ходів, властивих досліджуваному дискурсу, є використання питальних речень (здебільшого на 1 ос. однини), що є засобом втілення одразу двох тактик – активізації уваги читача (репрезентує апелятивну та спонукальну стратегії) й моделюванні життєвих ситуацій (аргументативна стратегія). Серед стилістичних фігур найбільш яскраво вираженими стали парцеляція та анафора, котрі сприяли підсиленню емоційного ефекту та виділенню головної інформації.

Характерною рисою іспаномовних текстів психологічного спрямування також є сугестивність, зумовлена впливом медичного дискурсу. Сугестія втілюється в тактиці надання поради й тактиці активізації уваги читача. Її головним носієм є імператив на 1 та 2 ос. однини. Іноді використовується

Condicional Simple задля зниження наказовості й надання порадам автора-лікаря радше пропозиційного характеру.

Отже, іспаномовним текстам психологічного спрямування притаманна насамперед виняткова інформативність й аргументативність, оскільки вони націлені на збільшення рівня обізнаності суспільства щодо ментального здоров'я, висвітлення проблем і захворювань психіки, їх ознак і симптомів, та усунення упередженості стосовно даної теми, що дотепер залишається широко розповсюдженою. Досліджувані тексти також носять консультативний характер, що найбільш яскраво втілюється в тактиці надання поради. З огляду на все вищезазначене, можемо стверджувати, що іспаномовний психологічний дискурс має високий комунікативно-прагматичний потенціал, репрезентований різноманітними тактиками й великою варіативністю мовних засобів, котрі апелюють як до раціональної, так і до емоційної сфер. Розкриття цього потенціалу є перспективним напрямком майбутніх мовознавчих досліджень.

## ВИСНОВКИ

Під час дослідження було здійснено ґрунтовний аналіз авторського іспаномовного психологічного дискурсу на матеріалі текстів психологічного спрямування з журналу «El País Semanal».

Оскільки у мовознавстві для «дискурсу» не існує усталеної дефініції, ми розглянули різні підходи до потрактування цього поняття з огляду на його міждисциплінарність. Домінантними виявилися когнітивно-комунікативний, що тлумачить «дискурс» як усну чи письмову комунікативну взаємодію між адресантом та адресатом, обумовлену низкою мовних і позамовних чинників, та соціолінгвістичний, де «дискурс» розглядають перш за все як мовно-мисленнєве явище, на яке суттєвий вплив здійснюють саме соціальні фактори.

Під час дослідження феномену «психологічного дискурсу», що є предметом наукових розвідок психології, лінгвістики і похідної від них психолінгвістики, ми розглянули дефініції цього поняття в кожній із вищезазначених наук і дійшли висновку, що «психологічний дискурс» можна трактувати як мовленнєву діяльність спеціаліста в галузі психології, регульовану низкою комунікативних стратегій і тактик, метою якої є здійснити певний вплив на пацієнта (у нашому випадку читача), його ментальний та емоційний стан в рамках консультативного процесу. Відтак продуктом такої діяльності є текст психологічного спрямування. Ми також термінологічно окреслили поняття «комунікативної стратегії» як плану втілення намірів мовця, спрямованих на досягнення певної комунікативної мети, і «комунікативної тактики» як засобу реалізації цієї стратегії.

Під час дослідження було виявлено, що поняття «психологічний дискурс» майже не зустрічається в типології дискурсів, або зустрічається в більш вузькому розумінні (як дискурс психотерапії/НЛП). Ми в свою чергу дійшли висновку, що характерною рисою психологічного дискурсу є його тісний зв'язок із науковим, публіцистичним і медичним дискурсами. Це дало нам змогу проаналізувати психологічний дискурс через призму функціонально-стилістичних особливостей трьох вищезазначених дискурсів. Результатом дослідження стало виділення

низки головних функцій психологічного дискурсу, серед яких: інформативна, аналітична та функція емоційного впливу. Це дозволило нам виокремити наступні стратегії психологічного дискурсу: інформативну, аргументативну, апелятивну та спонукальну.

З огляду на те, що основними цілями іспаномовних текстів психологічного спрямування є забезпечити якісне, науково-обґрунтоване інформування читача, доступно пояснити механізми функціонування його психіки, проаналізувати його емоційний стан та поведінкові патерни, привернути увагу читача, надати поради та вказівки та сприяти їх подальшому дотриманню під час дослідження, було розроблено авторську класифікацію відповідних комунікативних тактик, що репрезентують вищезазначені стратегії. Ми виокремили тактику апелювання до авторитету, тактику деталізації/пояснювальну, тактику контрастного аналізу, тактику активізації уваги читача, тактику визнання емоційного стану, тактику надання поради й тактику моделювання життєвих ситуацій.

Тактика апелювання до авторитету сприяє переконливості тексту й репрезентує аргументативну й інформативну стратегії. Втілюється шляхом прямого цитування чи перефразування думок фахівців-психологів та авторитетних осіб, наведення статистичних даних та результатів опитувань і досліджень. Аргументативна й інформативна стратегії реалізуються також за допомогою тактики деталізації, котра передбачає пояснення нових для читача понять зрозумілою мовою. Для неї характерним є використання вузькоспеціалізованих та загальнонаукових термінів – медичних, економічних та психологічних, – із абсолютним кількісним переважанням останніх. Тактика активізації уваги читача сприяє його зацікавленості й утримує увагу упродовж усієї комунікативної взаємодії. Втілюється в основному за допомогою питальних речень чи форм наказового способу на 2 ос. однини і ос. множини, що додатково імітує діалог між фахівцем і пацієнтом, зближує автора з читачем, спонукає останнього до обмірковування наведеної інформації. Для тактики визнання емоційного стану характерне переважання емоційної лексики, зокрема іменників із негативною конотацією, що описують емоції чи стани, називають їх причину та

наслідки, використання граматизованих конструкцій із герундієм, застосування градації й епітетів для більшої експресивності. Переконливості тексту й стимулюванню інтересу читача сприяє тактика моделювання життєвих ситуацій, що реалізується їх описом у Presente de Indicativo на 3 або 2 ос. однини, використанням негативно-забарвленої лексики, питальних речень, конструкцій із дієприкметником і трьох крапок у кінці речень для підсилення емоційного ефекту. Тактика надання поради репрезентує спонукальну стратегію й реалізується шляхом використання узагальнено-особових чи безособових речень, наказового способу на 1 ос. множини в умовних реченнях першого типу та 2 ос. однини; характерним є вживання дієслів у Condicional Simple, застосування прийому парцеляції. Останньою розглянутою нами тактикою була тактика контрастного аналізу, якій притаманне використання постійних та контекстуальних антонімів, серед яких кількісно переважають іменники.

З огляду на те, що головними функціями психологічного дискурсу є інформування адресата та переконання його за допомогою експліцитного чи імпліцитного аргументування, найбільш широко представленою виявилася аргументативна стратегія, втілена в тактиках апелювання до авторитету, деталізації, моделювання життєвих ситуацій та контрастного аналізу.

Отже, здійснення глибокого аналізу стратегій і тактик іспаномовного психологічного дискурсу сприяло глибшому вивченню поняття «психологічного дискурсу» в контексті сучасного мовознавства, виокремленню його функцій та особливостей, та розкриттю комунікативного і прагматичного потенціалу, що, на нашу думку, відкрило нові перспективи для подальших лінгвістичних досліджень у цьому напрямку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2004. С. 11–16.
3. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. *Іноземна філологія*. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2002. № 32. С. 11–14.
4. Гончар О. С. Публіцистичний дискурс та його функції. *Новітня філологія*. 2010. № 16. С. 35–41.
5. Журавель Т. В., Хайдарі Н. І. Інтерогативні конструкції як лінгвістична й перекладознавча проблема. *Південний архів. Філологічні науки*. 2017. № 66. С. 214–217.
6. Калмиков Г. В. Дискурс як мовленнєвий вплив. *Psycholinguistics*. 2017. № 21(1). С. 112–127.
7. Качан Б. М. Лінгвопрагматичні та стилістичні особливості психологічного німецькомовного дискурсу. 2018. С. 108–110.
8. Ковальська Н. А. Питання типології дискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Лінгвістика*. 2014. № 21. С. 120–123.
9. Литвиненко Н. П. Дослідження медичного дискурсу у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. Мовознавство*. 2009. № 17. С. 143–152.
10. Литвиненко Н. П., Хомова О. М. Класифікація фахового медичного дискурсу. *The scientific heritage*. 2020. № 44. С. 68–69.
11. Маслова Т. Б. Типологія наукового дискурсу в сучасній мовознавчій парадигмі. *Англістика та американістика*. 2013. № 10. С. 39–43.

12. Маслова Ю. П. Персуазивність газетного дискурсу сучасної України воєнного періоду. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2023. № 18(86). С. 33–36.
13. Мосейчук О. М. Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2012. № 65. С. 174–177.
14. Павлюк Л. С. Текст і комунікація: основи дискурсного аналізу : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2009. 76 с.
15. Приходько Г., Приходченко О., Залужна М., Морошкіна Г. Стратегії і тактики оцінного дискурсу. *III International Scientific Congress Society of Ambient Intelligence 2020*. Атлантіс Прес, 2020. С. 1–7.
16. Романова Н. В. Проблема емоційної і емотивної лексики. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2011. № 3 (ч.2). С. 174–179.
17. Савелюк Н. М. Дискурс як міждисциплінарне поняття та його психологічні виміри. *Психологічні перспективи*. 2015. № 26. С. 251–264.
18. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
19. Семенюк І. С. Функціональні особливості сучасної газетної публіцистики. *Культура народів Причорномор'я*. 2012. № 235. С. 121–122.
20. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу) : дис. д. філол. н. : 10.01.08 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2003. С. 60–85.
21. Сібрук А., Барабаш О. Сучасний український науковий дискурс у мовознавчих працях. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. 2019. № 40. С. 39–44.

22. Ткаченко Л. Л. Стилїстика іспанської мови: навч. посіб. для студентів-філологів вищих закладів освіти / Л. Л. Ткаченко. Херсон : ХДУ, 2013. 231 с.
23. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу : монографія / ред. І. С. Шевченко. Харків : Константа, 2005. С. 233–236.
24. Янкович М. В. Поняття дискурсу в гуманітарних науках та визначення терміна «дискурс» у лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Філологія»*. 2015. № 15. С. 123–126.
25. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ : Академія, 2010. 312 с.
26. Garrido Rodríguez M. C. Sinonimia y antonimia: significado y sentido. *Actas del XXXV Simposio Internacional de la Sociedad Española de Lingüística* : monografía. León, 2006. P. 691–710.
27. González Rey F. L. Subjectivity and discourse: complementary topics for a critical psychology. *Culture & psychology*. 2019. No. 25(2). P. 178–194.
28. Halliday M. A. K. On language and linguistics. London : A&C Black, 2006. 490 p.
29. Harris S. Z. Discourse analysis. *Language*. 1952. Vol. 28. № 1. P. 1–30.
30. Íñiguez-Rueda L., Antaki C. El análisis del discurso en psicología social. *Boletín de psicología*. 1994. No. 44. P. 57–75.
31. Karam T. Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal México*. 2005. Vol. 2, no. 3. P. 1–19.
32. Lê T. Communicative strategies in interlanguage. *AARE Annual Conference*, Parramatta. 2005. P. 3.
33. Lockett L. Anglo-Saxon psychologies in the vernacular and Latin traditions. Toronto : University of Toronto Press, 2011. 481 p.
34. Mills S. Discourse. London and New York : Routledge, 2001. 177 p.
35. Murillo Manuel. ¿Qué es un discurso para el psicoanálisis? Desde la psicología de las masas a la transferencia. *XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVIII Jornadas de Investigación*.

*XVII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. III Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. III Encuentro de Musicoterapia.* Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires. 2021. P. 579

36. Potter J. Making psychology relevant. *Discourse & Society*. Vol. 16, no 5. 2005. P. 739–747.

37. Schiffrin D. *Approaches to Discourse*. Oxford: Blackwell. 1994. P. 470

38. Schiffrin D., Escobar M. O. Definiciones de discurso. *Revista CPU-e*. 2011. No 13. P. 3

39. Suárez Bastidas G. T. Estudio de los imaginarios del “Chulla Quiteño” como personaje arquetípico y sus tácticas comunicativas. 2014. P. 1–77

40. Van Dijk T. A. *Discourse as Structure and Process (Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction)*. Sage Publications Ltd, 1997. 368 p.

## СПИСОК СКОРОЧЕНЬ НАЗВ ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Anatomía del amor: anhelamos seguridad, pero a la vez buscamos aventura. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y-bienestar/2021-11-04/anatomia-del-amor-anhelamos-seguridad-pero-a-la-vez-buscamos-aventura.html> (дата звернення: 09.03.2024)
2. Así tomamos decisiones. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2021-10-12/asi-es-como-tomamos-decisiones.html> (дата звернення: 14.03.2024)
3. ¿Cómo es el cerebro de la gente feliz? *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2021-12-02/como-es-el-cerebro-de-la-gente-feliz.html> (дата звернення: 10.03.2024)
4. Cómo influye el contexto en las decisiones que tomamos. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y-bienestar/2022-02-03/el-contexto-influye-en-las-decisiones-que-tomamos.html> (дата звернення: 07.05.2024)
5. Cómo recuperar el entusiasmo. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y-bienestar/2022-02-10/como-recuperar-el-entusiasmo.html> (дата звернення: 15.04.2024)
6. Cómo superar el síndrome de estar quemado. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2021-12-09/como-superar-el-sindrome-de-estar-quemado.html> (дата звернення: 25.03.2024)
7. ¿Duele menos la muerte de un amigo que la de un familiar? *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2022-10-06/duele-menos-la-muerte-de-un-amigo-que-el-de-un-familiar.html> (дата звернення: 07.05.2024)
8. El ciberespacio se ha convertido en una realidad paralela. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y-bienestar/2022-03-31/el-ciberespacio-se-ha-convertido-en-una-realidad-paralela.html> (дата звернення: 14.04.2024)

9. El instinto de muerte nos permite experimentar la sensación de estar vivos. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2022-02-17/el-instinto-de-muerte-nos-permite-experimentar-la-sensacion-de-estar-vivos.html> (дата звернення: 15.04.2024)
10. El verano, la estación ideal para conectar con nuestro yo ecológico. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-06-22/el-verano-la-estacion-ideal-para-conectar-con-nuestro-yo-ecologico.html> (дата звернення: 14.04.2024)
11. Estoicismo contra el malestar: cómo abrazar a Séneca, Epicteto y Marco Aurelio para sobrevivir al día a día. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-05-31/estoicismo-contra-el-malestar-como-abrazar-a-seneca-epicteto-y-marco-aurelio-para-sobrevivir-al-dia-a-dia.html> (дата звернення: 16.04.2024)
12. Filosofía manga para la vida cotidiana. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2021-09-15/filosofia-manga-para-la-vida-cotidiana.html> (дата звернення: 08.05.2024)
13. Ir a un concierto o pintar nos repara emocionalmente. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2022-06-23/la-reconstruccion-emocional-que-da-ir-a-un-concierto-pintar-o-escribir.html> (дата звернення: 14.05.2024)
14. La curiosidad: antídoto de la ansiedad. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y-bienestar/2021-11-11/la-curiosidad-antidoto-de-la-ansiedad.html> (дата звернення: 10.03.2024)
15. La filosofía romántica como respuesta a los desafíos actuales: cómo recuperar la conexión con la naturaleza y nuestra esencia. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-04-27/tres-lecciones-romanticas-para-afrentar-la-vida.html> (дата звернення: 15.04.2024)
16. La psicología del dinero. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2021-09-08/la-psicologia-del-dinero.html> (дата звернення: 09.03.2024)
17. La trampa de la empatía: es imposible estar en los zapatos del otro sin desplazarlo. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y->

[bienestar/2022-05-26/la-trampa-de-la-empatia-es-imposible-estar-en-los-zapatos-del-otro-sin-desplazarlo.html](https://elpais.com/eps/2022-05-26/la-trampa-de-la-empatia-es-imposible-estar-en-los-zapatos-del-otro-sin-desplazarlo.html) (дата звернення: 10.03.2024)

18. Lo que pueden hacer los buenos amigos. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2021-09-23/lo-que-pueden-hacer-los-buenos-amigos.html> (дата звернення: 14.03.2024)

19. Luz de gas, ese tango pérfido. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2022-10-19/luz-de-gas-ese-tango-perfido.html> (дата звернення: 25.03.2024)

20. Medidas para la salud mental en tiempos de guerra: no al ‘doomscrolling’ y las ‘fake news’. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y-bienestar/2022-03-09/ecologia-mental-para-tiempos.html> (дата звернення: 03.05.2024)

21. Mi mascota, ese tesoro. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-06-05/mi-mascota-ese-tesoro.html> (дата звернення: 14.05.2024)

22. Modelar la personalidad. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-01-27/modelar-la-personalidad.html> (дата звернення: 26.03.2024)

23. Narcisistas, ansiosos, pasivo-agresivos... Cinco claves para tratar con personas difíciles. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/psicologia-y-bienestar/2022-11-24/narcisistas-ansiosos-pasivo-agresivos-cinco-claves-para-tratar-con-personas-dificiles.html> (дата звернення: 29.04.2024)

24. Para la cabeza, le receto ejercicio. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2021-10-31/para-la-cabeza-le-receto-ejercicio.html> (дата звернення: 10.05.2024)

25. ¿Por qué tomamos imágenes obsesivamente? La fotografía, en el diván. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-05-08/por-que-tomamos-imagenes-obsesivamente-la-fotografia-en-el-divan.html> (дата звернення: 26.03.2024)

26. ¿Qué nos hace felices? ‘Spoiler’: no es el dinero. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-03-22/que-nos-hace-felices-spoiler-no-es-el-dinero.html> (дата звернення: 29.04.2024)
27. ¿Qué se esconde detrás de nuestro miedo? *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-03-02/que-se-esconde-detras-de-nuestro-miedo.html> (дата звернення: 09.03.2024)
28. Salud mental, el gran reto de la sociedad actual. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2022-04-08/salud-mental-el-gran-reto.html> (дата звернення: 29.04.2024)
29. Ser perfecto no es posible ni deseable. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2022-01-13/ser-perfecto-no-es-posible-ni-deseable.html> (дата звернення: 03.05.2024)
30. Una mudanza no tiene que ser una pesadilla, puede ser una oportunidad. *El País Semanal*. URL: <https://elpais.com/eps/2023-03-15/una-mudanza-no-tiene-que-ser-una-pesadilla-puede-ser-una-oportunidad.html> (дата звернення: 03.05.2024)

## RESUMEN

La rápida popularización del discurso psicológico en el espacio informativo moderno hispanohablante y la falta de investigaciones sobre este fenómeno en el ámbito de la lingüística han motivado nuestro interés por este tipo de discurso. Por consiguiente, nuestro trabajo está dedicado al análisis comunicativo y pragmático de las tácticas del discurso autoral psicológico hispano. El objetivo principal del estudio ha sido investigar teóricamente las especificidades de la identificación de tácticas comunicativas en el discurso autoral psicológico hispano y analizar prácticamente su componente pragmático.

Las tareas del trabajo fueron siguientes: esbozar el problema de la definición del «discurso» y analizar distintos enfoques de la interpretación de dicho término; interpretar el concepto de «discurso psicológico» y estudiar su especificidad; distinguir teóricamente las nociones de «estrategia comunicativa» y «táctica comunicativa»; describir el papel del aspecto pragmático en el análisis del discurso psicológico hispano; considerar las principales características del discurso psicológico hispano; clasificar las principales estrategias del discurso objeto de estudio en base a sus funciones principales; identificar las tácticas dominantes del discurso psicológico hispano en consideración a sus peculiaridades y potencial pragmático y destacar las herramientas lingüísticas que favorecen su aplicación.

Para lograr el objetivo y completar las tareas planteadas han sido utilizados siguientes métodos: el método analítico, el método descriptivo, el método de clasificación, el método cuantitativo, el análisis discursivo y comunicativo-pragmático.

Por lo tanto, en el transcurso del estudio se realizó en varias etapas un análisis detallado del discurso autoral psicológico hispano a base de textos psicológicos de la revista El País Semanal.

Puesto que no existe una definición establecida de «discurso» en lingüística, en primer lugar, se examinaron diferentes enfoques de interpretación de este concepto teniendo en cuenta su interdisciplinariedad. Los enfoques dominantes fueron el cognitivo-comunicativo, que interpreta el «discurso» como una interacción

comunicativa oral o escrita entre los hablantes, condicionada por una serie de factores lingüísticos y extralingüísticos, y el sociolingüístico, en el que el «discurso» se considera principalmente un fenómeno lingüístico y de pensamiento, en el que influyen significativamente los factores sociales.

El siguiente paso fue estudiar el fenómeno del «discurso psicológico», que es objeto de investigación científica en psicología, lingüística y psicolingüística, durante el cual revisamos las definiciones de este concepto en cada una de las ciencias mencionadas y concluimos que el «discurso psicológico» puede interpretarse como la actividad comunicativa de un especialista en el campo de la psicología, regulada por una serie de estrategias y tácticas comunicativas, cuya finalidad es ejercer una determinada influencia sobre el paciente (en nuestro caso, el lector), su estado mental y emocional en el marco del proceso de consulta. El producto de dicha actividad es un texto psicológico. También hemos definido los conceptos de «estrategia comunicativa» como un plan para poner en práctica las intenciones del hablante encaminadas a lograr un determinado objetivo comunicativo, y de «táctica comunicativa» como un medio para realizar esta estrategia.

El estudio ha revelado que el concepto de «discurso psicológico» casi nunca se encuentra en la tipología de los discursos, o se encuentra en un sentido más restringido (como el discurso de la psicoterapia). A su vez, hemos llegado a la conclusión de que un rasgo característico del discurso psicológico es su estrecha conexión con los discursos científico, periodístico y médico. Esto nos permitió analizar el discurso psicológico a través del prisma de los rasgos funcionales y estilísticos de los tres discursos mencionados. El estudio dio como resultado la identificación de una serie de funciones principales del discurso psicológico, entre ellas las funciones informativas, analíticas y de influencia emocional. Esto nos permitió distinguir las siguientes estrategias del discurso psicológico: informativa, argumentativa, apelativa y persuasiva.

Dado que los principales objetivos de los textos psicológicos hispanos son proporcionar información de alta calidad y con base científica al lector, explicar los mecanismos de la psique del lector, analizar su estado emocional, atraer la atención

del lector, proporcionar consejo y orientación y promover su posterior cumplimiento, el estudio ha desarrollado la clasificación del autor de las tácticas de comunicación relevantes que representan las estrategias anteriores. Hemos identificado la táctica de apelar a la autoridad, la táctica de detallar/explicar, la táctica del análisis de contraste, la táctica de activar la atención del lector, la táctica de reconocer el estado emocional, la táctica de dar consejos y la táctica de modelar situaciones de la vida.

La táctica de apelar a la autoridad contribuye a la persuasión del texto y representa una estrategia argumentativa e informativa. Se pone en práctica citando directamente o parafraseando las opiniones de psicólogos y figuras de autoridad, citando estadísticas y los resultados de encuestas e investigaciones.

Las estrategias argumentativa e informativa también se ponen en práctica mediante la táctica del detalle, que consiste en explicar conceptos nuevos para el lector con un lenguaje claro. Se caracteriza por el uso de términos científicos muy especializados y generales, como términos médicos, económicos y psicológicos, siendo estos últimos absolutamente predominantes.

La táctica de activar la atención del lector fomenta su interés y mantiene su atención durante toda la interacción comunicativa. Se implementa principalmente con la ayuda de oraciones interrogativas o formas imperativas de la 2ª persona singular y plural, que además imita un diálogo entre un especialista y un paciente, acerca el autor al lector, anima a este último a pensar sobre la información proporcionada.

La táctica de reconocer un estado emocional se caracteriza por el predominio de vocabulario emocional, en particular sustantivos con connotaciones negativas que describen emociones o estados, nombran sus causas y consecuencias, uso de construcciones gramatizadas con gerundios, uso de gradación y epítetos para mayor expresividad.

La capacidad de persuasión del texto y la estimulación del interés del lector se ven reforzadas por la táctica de modelar situaciones de la vida, que se realiza describiéndolas en 3ª o 2ª persona del singular en Presente de Indicativo, utilizando vocabulario con connotaciones negativas, oraciones interrogativas, construcciones con

el participio y puntos suspensivos al final de las frases para potenciar el efecto emocional.

La táctica de dar consejos representa una estrategia persuasiva y se implementa mediante el uso de oraciones unipersonales o impersonales, el modo imperativo en 1ª persona del plural en oraciones condicionales del primer tipo y de la 2ª persona del singular; es característico el uso de verbos en condicional simple, el uso de la parcelación.

La última táctica que consideramos fue la táctica del análisis de contraste, que se caracteriza por el uso de antónimos permanentes y contextuales, entre los que predominan los sustantivos.

Dado que las principales funciones del discurso psicológico son informar al destinatario y persuadirlo mediante la argumentación explícita o implícita, la estrategia argumentativa más representada se plasmó en las tácticas de apelación a la autoridad, detalle, modelización de situaciones de la vida y análisis de contraste.

Por consiguiente, el análisis detallado de las estrategias y tácticas del discurso autorral psicológico hispano ha contribuido a profundizar en el estudio del concepto de «discurso psicológico» en el contexto de la lingüística moderna, a identificar sus funciones y rasgos, y a desvelar su potencial comunicativo y pragmático, lo que, en nuestra opinión, ha abierto nuevas perspectivas para futuras investigaciones lingüísticas en este ámbito.