

КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ПЕРСУАЗИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В НАВЧАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

*В. В. Калько, доктор філологічних наук, професор
кафедри українського мовознавства і прикладної лінгвістики,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
(Черкаси, Україна)*

e-mail: mkalko@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9394-1664>

Scopus Author ID: 57219247796

*М. І. Калько, доктор філологічних наук, професор
кафедри українського мовознавства і прикладної лінгвістики,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
(Черкаси, Україна)*

e-mail: mkalko@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6042-4436>

Scopus Author ID: 57219238410

Статтю присвячено комплексному аналізу основних комунікативних тактик, спрямованих на реалізацію персуазивного впливу в навчальному дискурсі. Матеріал дослідження – мовленнєві акти, що містять комунікативний вплив, вилучені методом суцільної вибірки з відеоуроків української мови, розміщених на платформі цифрового й змішаного навчання «Всеукраїнська школа онлайн». Навчальний дискурс визначено як комплекс інституційно регламентованих і соціально стандартизованих ситуацій комунікативної взаємодії між передавачами знань (викладачами, вчителями, навчальними текстами) і їхніми реципієнтами (студентами, учнями), що мають інформаційно-контрольоване й виховне спрямування. Персуазивність кваліфіковано як факультативну текстово-дискурсивну категорію, орієнтовану на зміну поведінки, оцінок, поглядів. Персуазивна стратегія в навчальному дискурсі представлена п'ятьма основними тактиками: 1) формування позитивного емоційного настрою, спрямованого на спонукання учнів до активної діяльності за допомогою мовленнєвих актів, які забезпечують приємне емоційне тло, посилюючи впевненість і захоплення; 2) нейтрального спонукання, що передбачає непрямі заклики та аргументацію, сприяючи ефективності й швидкості досягнення результату; 3) солідаризації, яка створює відчуття єдності та причетності; 4) інтимізації, орієнтованої на розбудову близьких, довірливих стосунків; 5) апелювання до авторитету, яке полягає в посиленні впливу шляхом покликання на думки відомих людей, авторитетні джерела. Мова в процесі навчання – потужний інструмент, спрямований на зміну або трансформацію світоглядних настанов здобувачів освіти, вплив на систему їхніх переконань і цінностей, підвищення мотивації до здобуття знань.

***Ключові слова:** навчальний дискурс, персуазивність, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, мовленнєвий акт, іллокуція, перлокуція.*

Актуальність. Новітня функційно-комунікативна парадигма зумовила підвищену увагу до вивчення проблем ефективної комунікативної взаємодії та мовленнєвої діяльності комунікантів. Мова об'єднує адресанта й адресата, забезпечує створення спільної реальності, сприяє ухваленню взаємовигідних рішень, а отже, безпосередньо пов'язана з переконувальною функцією, реалізованою за допомогою маніпуляції та аргументації, що передбачає взаємодію низки мовних і дискурсивних засобів. Л. Вінгенштейн, досліджуючи механізми розуміння мови, зазначає: правильно казати не «без мови ми не могли б порозумітися одне з одним», а «без мови ми не могли б впливати на інших людей, не могли б прокласти дороги, робити машини» [3, с. 224]. Сучасний навчальний дискурс не може обійтися без впливу, оскільки має вирішальне значення в продукуванні соціальної реальності, забезпеченні відчуття спільної належності, формуванні світоглядних настанов. Саме комунікативні практики педагога, ґрунтовані на гармонійному поєднанні вербальних і

невербальних ресурсів, сприяючи довірливим взаєминам зі здобувачами освіти, упорядковують мережу інтерпретаційних структур, забезпечують появу стійких ціннісних пріоритетів, інтегрованих у систему очікувань адресата.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідники наголошують на засадничій ознаці дискурсу – бажанні мовця впливати на слухача [1, с. 95; 2, с. 60; 5, с. 156; 6, с. 384; 12, с. 17; 18, с. 11]. М. Стаббс зауважує, що дискурс, конструюючи соціальну реальність, істотно впливає на світогляд і поведінку, та вирішальна роль у цьому процесові належить контекстуальному використанню мовних засобів [18, с. 12]. На думку Т. А. Космеди й О. Р. Микитюк, діяльнісна природа дискурсу, його соціолінгвальна зумовленість задані представленням своєрідної взаємодії особистостей у соціумі та сукупністю їхніх комунікативних дій [6, с. 381], тому як інтерактивне явище він чинить вплив на поведінку й думки реципієнта, сприяє формуванню нових світоглядних настанов, опосередковує появу стійких переконань. Проблеми персуазивного впливу були предметом дослідження психологів (Н. В. Гребінь, О. Г. Коваленко, С. Московічі, М. М. Поліщук, О. В. Самборська, Р. Чалдіні й ін.), соціологів (М. Ке де Врі, Ж. Ламбен, У. Ліппман, В. В. Москаленко, А. Маслоу, М. М. Слюдоревський, В. О. Татенко, Дж. Тернер й ін.), педагогів (В. М. Галузьяк, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, Т. Ланке, А. В. Нікітіна, О. М. Пехота, І. І. Садова й ін.), риторів (Аристотель, Ф. Зімбардо, С. Кері, М. Ляйппе, Д. Карнегі, В. Ю. Крикун, Л. С. Павлюк, П. Сопер й ін.). У лінгвістиці питанням персуазивної комунікації присвячено праці Ф. С. Бацевича, А. П. Загнітка, Р. Лакоффа, Дж. Ліча, Н. В. Кондратенко, М. Стаббса, М. І. Степаненка, С. Т. Шабат-Савки й ін. Р. Лакофф переконливо доводить, що персуазивність – це витончений, часто мало усвідомлювальний процес, невід’ємна властивість мови в її соціальному вияві, нерозривно пов’язаний із повсякденним спілкуванням, густо насиченим спробами переконати, здобути прихильність, запевнити співрозмовника у своїй компетентності або просто «вижити», зберігши комунікативну рівновагу [13, с. 39]. Дж. Ліч, аналізуючи впливові засоби, пропонує формулу AIDA, що передбачає поетапне формування переконань: А (attention) – увага, І (interest) – інтерес, D (desire) – бажання, А (action) – дія [14, с. 27]. Вважаємо, що ця формула є дієвою для реалізації персуазивної стратегії в навчальному дискурсі: учитель має постійно привертати увагу учнів, викликати зацікавленість, що сприятиме розгортанню подальшої пізнавальної діяльності, сформувати відчуття потреби в оволодінні знаннями, у результаті чого виформується активна навчальна позиція здобувачів освіти. На думку М. Стаббса, діяльність педагога нерозривно пов’язана з впливом, і вчитель будь-якого фаху має володіти знаннями про мову й мовлення задля оптимізації спілкування з учнями. Навчаючи, педагог має керувати освітнім процесом, послуговуючись такими комунікативними ходами, як: привернення й утримання уваги учнів; контроль за правильністю їхнього мовлення; перевірка розуміння ними навчального матеріалу; формулювання висновків й узагальнення навчального матеріалу; визначення основних його понять; корекція відповідей учнів; виокремлення з навчального матеріалу важливих проблем для подальшого опрацювання [18, с. 51–53]. Персуазивна стратегія в навчальному дискурсі передбачає гармонійне залучення низки інструментів: раціонального доведення, переконливого аргументування, а також використання вербальних і невербальних засобів, які діють на емоції. Саме когнітивні, психологічні, соціальні, мовні механізми, комплексно впливаючи на свідомість і позасвідомість, спонукають індивіда до схвалення тих чи тих рішень на підставах демократичного, гармонійного, кооперативного спілкування.

Метою статті є комплексний аналіз комунікативних тактик, спрямованих на реалізацію персуазивного впливу в навчальному дискурсі. Матеріалом дослідження послуговували мовленнєві акти, що містять комунікативний вплив, вилучені методом суцільної вибірки із відеоуроків української мови, розміщених на платформі цифрового й змішаного навчання «Всеукраїнська школа онлайн». Цей освітній ресурс відзнято в студії із залученням провідних українських педагогів, які розробили дистанційні уроки, забезпечивши рівний доступ до якісної освіти. Основне завдання платформи – залучити учнів до електронного навчання, а отже, її прагматичне навантаження пов’язане з персуазивним впливом. Педагог,

звертаючись до віртуальної аудиторії, має на меті не лише передати знання, а й вплинути, переконати, пробудити свідому потребу оволодіння ними. Дослідники в царині мовознавства й педагогіки (І. О. Гуменюк, Т. Ю. Ковалевська, Д. Л. Настас, О. Г. Томчаковський й ін.) наголошують, що навчальні відео, поєднуючись із візуальними, звуковими, текстовими елементами, посилюють ефективність дидактичного впливу.

Результати дослідження та їх обговорення. Навчальний дискурс належить до інституційних і віддзеркалює сформовані впродовж тривалого часу й усталені в соціумі загальноприйняті механізми комунікації, ґрунтовані на статусно орієнтованих правилах, нормах, принципах, настановах, що регулюють навчальну взаємодію, визначають соціальні ролі і статуси учасників. До його релевантних ознак належать: мета спілкування, представницька функція його учасників та типові фіксовані обставини спілкування [7, с. 83]. А. Р. Габідулліна, кваліфікуючи навчально-педагогічний дискурс як лінгвістичний феномен, наголошує на його семіотичності й спрямованості на «процес формування та інтерпретації навчальних текстів у цілісній, замкненій комунікативній ситуації у сфері організованого навчання» [4, с. 70]. Навчальний дискурс – це інституційно регламентовані й соціально стандартизовані ситуації комунікативної взаємодії між передавачами знань (викладачами, вчителями, навчальними текстами) і їхніми реципієнтами (студентами, учнями), що мають інформаційно-контрольоване й виховне спрямування. Ця взаємодія орієнтована на співтворчість учасників й прагматично націлена на учнів для досягнення успіху в суспільному житті. Однією із визначальних рис навчального дискурсу є вплив на когнітивну систему здобувачів освіти, реалізований за допомогою оптимальних тактик персуазивної комунікації, які використовує вчитель як посередник між знаннями й психофізіологічним потенціалом учнів. Персуазивність кваліфікуємо як факультативну текстово-дискурсивну категорію, орієнтовану на зміну поведінки, оцінок, поглядів. Переконавання є прерогативою соціально статусної, наділеної владою людини, яка, використовуючи вагомні аргументи, впливає на аудиторію, що вільно його сприймає, змінюючи своє ставлення до повідомлюваного. Персуазивна стратегія в навчальному дискурсі спрямована не на зміну думок, а на модифікацію когнітивних настанов аудиторії, інформаційний зміст висловлень покликаний зміцнити позитивні переконання, посилити цінності, викликати бажання здобувати знання. Педагог, реалізуючи персуазивний вплив, має дотримуватися трьох основних законів переконливої комунікації: 1) зрозуміти – не означає прийняти; 2) довести – не означає переконати; 3) створити емоційну прихильність до себе [2, с. 74]. Результативність персуазивного впливу в навчальному дискурсі залежить передусім від ступеня його відповідності намірам реципієнта, усвідомлення аргументації, наявності в мовця й слухача спільної інформаційної основи, характеру соціальних пріоритетів і орієнтирів.

Однією із найбільш представлених у досліджуваному матеріалі є тактика формування позитивного емоційного настрою, яка досить потужно впливає на позасвідомість і загальний психоемоційний стан адресата, пор.: *Тема нашого сьогоднішнього уроку легка, як пір'їнка; Цікаво, яким же буде наступне запитання!; Впевнена, ви швидко знайшли відповідь на це питання.* Реалізуючи цю тактику, надавачі освітніх послуг використовують: 1) мовленнєві акти схвалення, які сприяють формуванню впевненості учнів у власних силах: *У вас три "так!" Вітаю, друзі! Це означає, що ви уважно слухали й дістали користь;* 2) мовленнєві акти, які демонструють власний емоційний стан, вербалізуючи почуття радості, щастя, задоволення і маючи на меті не скільки експлікувати психоемоційний стан, стільки викликати в реципієнтів емпатію: *Рада вас вітати!; Я буду втішена вашими правильними відповідями; Вірю у вас і вашу кмітливість!; Тишусь, якщо пам'ятаєте це з попередніх наших уроків;* 3) мовленнєві акти звернені до попереднього позитивного досвіду адресата, які, нагадуючи про здобуті успіхи, викликають приємні, натхнені почуття й відчуття, актуалізують у свідомості чинник сприятливого минулого: *Маю надію, що ви на попередніх уроках так не ловили і правила пам'ятаєте досі; На минулому занятті ви стали експертами та експертками з другорядних членів речення;* 4) мовленнєві акти спрямовані на прогнозування майбутнього позитивного досвіду: *Знайте, що, розібравшись із простим реченням, ви станете віртуозами й у складному; Розуміння цієї теми у восьмому класі – запорука вашого успіху в дев'ятому!* Посилює персуазивний вплив на учнів позитивно

конотована лексика, яка аксіологічно маркує досягнення учнів: *Хто обрав В, той молодець! Ми добре попрацювали над темою «Просте ускладнене речення»*. Використовуючи стилістично й емоційно забарвлені лексеми, експресивний синтаксис, адресат не лише виражає ставлення до змісту повідомлення, а й викликає потрібну йому позитивну реакцію адресанта. Іллокуція таких мовленнєвих актів спрямована на переконливий емоційний вплив, а перлокуція – на зміну почуттів, відчуттів тощо.

Вагома роль у реалізації тактики формування позитивного емоційного настрою належить звертанню, яке, називаючи адресата, експресивізує мовлення, і, як слушно зауважує І. Ю. Шкіцька, виражає суб'єктивне ставлення, належить до зовнішніх показників прихованих намірів мовця, бере участь у привертанні й переключенні уваги адресата, і є знаряддям емоційного впливу [10, с. 112]. Звертання в досліджуваному матеріалі належать до ідентифікаційних, оскільки називають осіб за їхніми реальними, диференційними ознаками, напр.: *Вітаю, любі учні; Палкі вітання, дорогі учні; Палкі вітання, любі восьмикласниці та восьмикласники* та компліментарними, спрямованими на часткове перебільшення навчальних досягнень адресата, реалізованими за допомогою номінативних одиниць зі значенням похвали, пор.: *Що скажете ви, шановні редактори? Як виправляти будемо?; Дякую, мої професіонали*.

Забезпечують створення позитивного емоційного настрою передовсім мовленнєві акти похвали, які є чи не найпотужнішими засобами персуазивного впливу, оскільки зменшують критичність адресата, сприяють формуванню довіри, мінімізують комунікативну напругу, створюють передумови кооперативної комунікації. Використовуючи цю тактику, викладач зазвичай досягає бажаного перлокутивного ефекту, оскільки вона сприяє гармонізації комунікативної взаємодії. Тактика формування позитивного емоційного настрою корелює із принципом увічливості Дж. Ліча як системи правил спілкування, побудованих на максимах тактовності, щирості, схвалення, згоди, симпатії, скромності. Як зауважує дослідник, вони є важливим впливовим чинником гармонійного спілкування [15, с. 132], підтримують соціальну рівновагу, сприяють дружньому тону спілкування, сигналізують про зацікавленість співрозмовників один одним [15, с. 82].

Ефективним засобом тактики формування позитивного емоційного настрою є метафора, яка допомагає перевести складні абстрактні поняття в площину зрозумілого життєвого досвіду, пор.: *Речення називаються двоскладними. Уявімо, що в складі такого речення є королева (підмет) і король (присудок). Якщо ж королева-підмет пішла на шопінг, а король-присудок лишився сам, речення стане односкладним із головним членом речення у формі присудка*. Метафора змушує адресата візуалізувати, уявляти, установлювати аналогії, а отже, сприяє глибшому засвоєнню, запам'ятовуванню, пор.: *Підкреслимо обставину, як коштовне кольє: риска – крапка – риска – крапка; Якщо порівняльний зворот вмовстився на початку речення, ставимо після нього одну кому*.

Переконання передбачає використання мовцем мовленнєвих актів директивів, іллокутивна, мета яких змусити слухача виконати яку-небудь дію (Дж. Остін, Дж. Серль й ін.). У навчальному дискурсі вони реалізують тактику нейтрального спонукання, доміантними в якій, на думку С. Т. Шабат-Савки, є інтенції поради, пропозиції, застереження, втішання, заклику [11, с. 173], оскільки здебільшого вчитель м'яко рекомендує учням виконати певну дію, що, на його погляд, буде їм необхідна, вигідна, корисна. Дотримуємося погляду Дж. Сьорля, який зауважував, що «порада є не спробою змусити зробити щось у тому сенсі, у якому це можна сказати про прохання. Порада схожа на повідомлення того, що буде для тебе найкращим» [16, с. 67]. У навчальному дискурсі такі мовленнєві акти мають обов'язково містити пояснення й обґрунтування, пор.: *Будьте активними та уважними, аби отримати максимум користі від уроку; А щоб закріпити вивчене, завантажуйте конспект та виконуйте тести!; Отже, мистецтво — це час і простір, в якому живе краса людського духу. Дорогі учні, відволікайтесь від смартфонів, щоб помічати її навколо. Увічливого відтінку формам наказового способу надають вставні словосполучення *будь ласка, будьте ласкаві*, які зменшують іллокутивну силу директива,*

реалізуючи інтенцію м'якого, тактовного прохання, пор.: *Будь ласка, пильнуйте, щоб правильно узгоджувати іменник у роді, числі, відмінку.*

Тактику нейтрального спонукання реалізують також перформативні висловлення із дієсловами *прошу, раджу, пропоную, рекомендую, запрошую* тощо, які, експлікуючи іллокутивну силу директива, наголошують на м'якій інтенції мовця, порівняймо: *Я тебе прошу, а не наказую.* Такі мовленнєві акти сприяють демократизації навчального дискурсу, оприявнюючи максимум ввічливості, експривізують мовлення вчителя, виявляють привітне ставлення до учнів, скорочують комунікативну дистанцію, напр.: *Пропоную попрактикуватися!; Рекомендую поставити відео на паузу та самостійно знайти словосполучення у цьому вірші; Раджу за потреби натиснути на паузу, щоб встигати нотувати; Насамкінець запрошую вас виконати домашнє завдання; Аби нові знання закріпились надовго, прошу вас ознайомитися з конспектом до уроку і виконати домашнє завдання.*

Продуктивним засобом реалізації тактики нейтрального спонукання є досить часто вживане дієслово *нагадувати*, семантика якого містить імпліковану сему «вимоги» – «примувати згадати про кого-небудь, що-небудь» [8, с. 316]. Уживаючи його, педагог наголошує на раніше набутих знаннях, уміннях, навичках, прагне їх максимально активізувати, закріпити в пам'яті учнів, адже багаторазове повторення є потужною формою прямого навіювання, пор.: *Аби ви були впевнені в собі, коли робите синтаксичний розбір речення, нагадую вам, що присудки бувають прості дієслівні, складені дієслівні, складені іменні.*

Досить активно надавачі освітніх послуг використовують тактику солідаризації, спрямовану на об'єднання вчителя й учня, пошук спільного, зменшення ієрархічної дистанції та формування відчуття співпраці. Реалізують цю тактику передусім мовленнєві акти репрезентативи, директиви й експресиви, доміантною в яких є інтенція співробітництва. Основним лексичним маркером тут є займенники *ми, наш*, словосполучення *наше з вами, ми з вами*, які створюють ілюзію активної участі, посилюють емоційний зв'язок з аудиторією: *На минулих заняттях ми вивчили види односкладних присудкових речень; Підкресливши в реченні головні члени, ми можемо з'ясувати, яке воно – просте (має одну граматичну основу) чи складне (дві або більше основ); Наше з вами завдання – шукати неповні речення і спостерігати за почерками письменників.* Такі висловлення сприяють підвищенню мотивації до навчання, мінімізують відстороненість адресата, адже його залученість до дискурсу, на думку психолінгвістів, забезпечує емоційну й інтелектуальну прихильність, позитивно впливає на інтенсивність зусиль, які слухач згодом докладе задля досягнення найкращого результату [11, с. 696; 17, с. 26]. Займенники *ми*, задіюючи групову свідомість, *наш*, залучаючи ефект ідентифікації, належності, посилюють персуазивну стратегію, створюючи відчуття єдності й спільних зусиль. Окрім того, традиційним засобом солідаризації з аудиторією є вживання дієслів у формі дійсного способу першої особи множини: *записуємо, думаємо, позначаємо, міркуємо* тощо, напр.: *Спершу підкреслюємо граматичні основи в реченнях, визначаємо особи, де це можливо, а потім з'єднуємо пари.* Пом'якшувальна форма директива, у якій ужито дієслово наказового способу першої особи множини, іллокутивно спрямована на запрошення до спільної інтелектуальної діяльності: *поговорімо, підсумуймо, вимовляймо, продовжуймо* тощо, напр.: *Поговорімо відверто і щиро!; Так і пояснюймо: тире в простому неповному реченні на місці пропущеного присудка.* Перлокутивний ефект тактики солідаризації зумовлений тим, що учень постає поряд із учителем рівноправним учасником освітнього процесу, зменшується соціальна ієрархічна відстань, і як наслідок виникає зацікавленість, мотивованість, залученість до активної співпраці.

Близькою до тактики солідаризації є тактика інтимізації, спрямована на зближення з адресатом із метою зменшення дистанції між комунікантами, формування ореолу довіри, залучення до діалогу, невимушеної бесіди. Сприймаючи вчителя як свого, відносно рівного, близького, здобувачі освіти не бояться помилятися, ставити запитання, висловлювати власну думку, що однозначно призведе до глибшого розуміння предмета вивчення. Засобами її реалізації є передовсім звертання *друзі, друзята*, пор.: *Друзі, українська стане для вас зрозумілою і легкою завдяки нашим урокам і виконанню домашнього завдання; Друзята, відтепер я вірю, що прикладка перестане бути для вас світом виживання, а стане*

простором творчості й пригод. Інтимізації комунікативної взаємодії сприяють я-висловлення, де, на думку С. Т. Шабат-Савки, займенник маркує авторську інтенцію, слугує її джерелом, а предикат своєю семантикою, часовою формою вербалізує конкретну інтенцію [11, с. 79], пор: *Мене звати Дарія Прищепи, і я готова допомагати вам пізнавати нашу мову; А тепер я прочитаю текст.* Висловлюючи свої захоплення, переваги, уподобання, педагог без тиску й маніпуляцій допомагає учням скорегувати й їхні життєві пріоритети, пор.: *Я намагаюся приділяти вивченню іноземних мов мінімум пів години щодня, окрім суботи та неділі; Замість білого пшеничного хліба, я обираю хліб з пророщеного зерна.* Я-висловлення сприяють аргументації, підсиленню, некритичності персуазивного впливу, заохочуючи тим самим учнів до певних дій.

Тактику інтимізації забезпечує також вживання педагогом у висловленнях прецедентних феноменів, з якими передовсім обізнані учні, пор.: *Як Ірука Уміно повірив у Наруто, так і я вірю у вас!* Уживаючи прецедентні для восьмикласників, багато з яких захоплюється японськими коміксами, імена *Ірука Уміно* – персонаж аніме й манги, перший наставник *Наруто* Узумаки, учитель ніби стає своїм для учнів, поділяє їхні інтереси, а отже, це сприяє зближенню, зростанню авторитету. Впливовий ефект мають також складні мовленнєві акти, у яких учитель ділиться особистим досвідом, пор.: *Мене звати Прищепи Дарія Леонідівна. Моє хобі – читати твори сучасних письменників, зокрема Юрія Іздрика та Сергія Жадана; Якби про Кейна заговорив мій 10-річний син, я б точно знала, що він має на увазі саме Кейна-блогера, на відео якого дівчата злітається, як мухи на мед.* Перлокутивний ефект у такому разі спрямований на створення довірливих стосунків, підвищення мотивованості, формування позитивного ставлення до вчителя, а отже, неодмінно призводить до підвищення якості навчання.

Тактику інтимізації потужно реалізують у навчальному дискурсі риторичні питання, які стають своєрідними когнітивними подразниками, сприяючи діалогізації мовлення, активізації уваги, залучаючи мислення учнів, забезпечуючи проблемне навчання, пор.: *Дивина та й годі, правда?; Друзі, а як не переплутати означення зі складеним іменним присудком?* Використовуючи цей прийом, надавачі освітніх послуг ніби наштовхують учнів на правильні висновки, застерігають від поспішних узагальнень. Дієвою формою є побудова розповіді у формі питання – відповідь, яка, з одного боку, надаючи мовленню динамізму, а з іншого – стимулюючи бажання почути відповідь, впливає на глибше занурення учнів у зміст повідомлюваної інформації: *Що таке додаток? Це другорядний член речення, який означає предмет, на який спрямована дія; Що вивчається у розділі мовознавства «Синтаксис»? Правильна відповідь: словосполучення та речення.*

Тактику інтимізації забезпечують також прийоми: 1) створення інтриги: *По великому секрету вам скажу, що перед зворотом-присудком залежно від інтонації і, звичайно, за бажанням автора можна ставити тире; Між нами кажучи, додаток найпростіший відокремлений член речення;* відчуваючи себе залученими до таємниці, учні краще запам'ятовують навчальний матеріал, а вчитель контролює інформаційний потік, акцентуючи увагу на важливому; 2) применшення власних чеснот: *Сьогодні ви завантажите власний світ словами-прикладками, дізнаєтесь, як правильно їх писати і станете такими грамотіями, що втретє носа навіть мені, своїй вчительці;* створюючи позитивний образ своїх учнів на своєму тлі, педагог зменшує їхній опір новим знанням, адже, отримавши схвалення, адресат підсвідомо відчуває потребу віддячити. Ця тактика продуктивно впливає на результативність переконання, адже спроектована на картину світу учнів, залучає їхні емоції, а отже, посилює мотивацію до навчання.

Продуктивною в досліджуваному матеріалі є тактика апелювання до авторитету, пов'язана зі зверненням адресанта до думок авторитетних осіб або джерел із метою посилення важливості інформації. Її реалізують за допомогою згадування відомих особистостей: *З певною художньою метою Тарас Тополя поставив наголос у слові неправильно, але ви вже підковані — кажемо тільки «тонкий»;* *Наостанок додам, що спостерігати, помічати схожості і порівнювати — ознака творчих і кмітливих! Саме так, спостерігаючи за птахами, Леонардо да Вінчі і намалював прототип сучасного*

дельтаплана; покликання на фундаментальні наукові праці: *Орфографічні норми, які регулюють правильне написання слів, та пунктуаційні (уживання розділових знаків) зафіксовано в книжці, яку можна без перебільшення назвати альфою й омегою усієї української мови. Це Правонис. Якщо стало цікаво, обов'язково ознайомтеся з цією працею і знайдіть відповіді на інші запитання; З авторитетних джерел можемо згадати, наприклад, орфоепічний словник за редакцією Миколи Погрібного (44 000 слів); цитування: Правонис – це еталон писемної літературної мови, яка, за слушним спостереженням Юрія Шевельова, є штучним витвором високорозвиненого суспільства, а не відтворенням почутого «з уст народу»». Перлокутивний ефект цієї тактики спрямований не лише на підвищення інтелектуального рівня здобувачів освіти, а й на налаштування на сприйняття інформації, посилення рівня довіри, сприяння усвідомленій навчальній діяльності, її використання в навчальному процесі позитивно впливає на прагнення здобувачів освіти до самовдосконалення й розвитку.*

Висновки й перспективи дослідження. Персуазивний навчальний дискурс передбачає дотримання вимог і досягнення результату, він спрямований на об'єднання учасників, створення мотиваційного поля, що сприятиме випрацьовуванню спільного бачення й єдиного рішення. Водночас переконання повинне містити мовні сигнали, які є сильними аргументами, соціально вагомими чинниками, що викликають у реципієнта когнітивні процеси, призводячи до зміни ставлення до навчання. Реалізуючи персуазивну стратегію в навчальному дискурсі, педагоги використовують п'ять основних тактик: 1) формування позитивного емоційного настрою, спрямоване на спонукання учнів до активної діяльності за допомогою мовленнєвих актів, які забезпечують приємне емоційне тло, посилюючи впевненість і захоплення; 2) нейтрального спонукання, що передбачає непрямі заклики та аргументацію, сприяючи ефективності й швидкості досягнення результату; 3) солідаризації, яка створює відчуття єдності й причетності; 4) інтимізації, орієнтованої на розбудову близьких, довірливих стосунків; 5) апелювання до авторитету, яке полягає в посиленні впливу шляхом покликання на думки відомих людей, авторитетні джерела. Фактично будь-яке використання мови пов'язане з впливом, надзвичайно складно змінити переконання чи сформувані нові, тому в процесі персуазивної комунікації в навчальному дискурсі передовсім варто посилити позитивне ставлення учнів до оволодіння знаннями, модифікувати упереджене ставлення, пробудити зацікавленість. Мова в процесі навчання є потужним інструментом, який сприяє зміні або трансформації світоглядних настанов, впливає на систему переконань і цінностей. Перспективу подальших розвідок убачаємо в описі взаємодії вербальних і невербальних засобів персуазивного впливу в навчальному відеодискурсі.

Список використаної літератури

1. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. 332 с.
2. Вінтонів М. О., Вінтонів Т. М., Мала Ю. В. Синтаксичні засоби експресивізації в українському політичному дискурсі. Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2018. 336 с.
3. Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження. Київ : Основи, 1995. 311 с.
4. Габідулліна А. Р. Навчально-педагогічний дискурс як лінгвістичний феномен. *Мовознавство*. 2009. № 6. С. 70–78.
5. Загнітко А. П. Основи дискурсології. Донецьк : ДонНУ, 2008. 194 с.
6. Космеда Т. А., Микитюк О. Р. Термін дискурсивно-текстовий простір у метамові політичної лінгвістики і лінгвоперсонології: теоретичне обґрунтування та практика застосування. *Термінологічний вісник*. 2025. Вип. 8. С. 379–392.
7. Литвиненко Н. П. Автокомунікація в медичному дискурсі (на матеріалі діалогів лікар-пацієнт). *Українська мова*. 2009. № 3. С. 83–96.
8. Словник української мови: у 20 томах / Наук. кер. проекту В. А. Широков. Київ : Наукова думка, 2018. Том 9: Міщанин – Настукувати. 912 с.
9. Шабат-Савка С. Т. Категорія комунікативної інтенції в українській мові. Чернівці : «Букрек», 2014. 412 с.
10. Шкіцька І. Ю. Прийоми посилення впливової функції звертань. *Лінгвістичні дослідження*. 2011. Вип. 31. С. 104–110.
11. Kahn W. A. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*. 1990. Vol 33. P. 692–724.

12. Kristeva J. *Le language, cet inconnu*. Paris : Ed. du Seuil, 1981. 334 p.
13. Lakoff R. T. *Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising. Analyzing discourse: Text and talk. Georgetown University Round Table on Language and Linguistics*. Washington : Georgetown University Press, 1982. P. 25–42.
14. Leech G. *English in advertising*. London : Longman, 1972. 210 p.
15. Leech G. *Principles of Pragmatics*. London & New York : Longman, 2016. 250 p.
16. Searle J. R. *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. London : Cambridge University Press, 1969. 171 p.
17. Shaw K. An engagement strategy process for communicators. *Strategic Communication Management*. 2005. Vol. 9. № 3. P. 26–29.
18. Stubbs M. *Discourse analysis: the sociolinguistic analysis of natural language*. Oxford : Blackwell, 1983. 272 p.

References

1. Bezuhla, L. R. (2007). Verbalizatsiya implitsytnykh smysliv u nimetskomovnomu dialohichnomu dyskursi [Verbalization of implicit meanings in German-language dialogical discourse]. Kharkiv: KHNU im. V. N. Karazina, 332 (in Ukr.).
2. Vintoniv, M. O., Vintoniv, T. M., & Mala, Yu. V. (2018). Syntaksychni zasoby ekspresyvizatsiyi v ukrayinskomu politychnomu dyskursi [Syntactic means of expressivity in Ukrainian political discourse]. Vynnytsya : TOV «TVORY», 336 (in Ukr.).
3. Vithenshtayn, L. (1995). *Tractatus Logico-Philosophicus; Filosofski doslidzhennya* [Tractatus Logico-Philosophicus; Philosophical Studies]. Kyiv : Osnovy, 311 (in Ukr.).
4. Habidullina, A. R. (2009). Navchalno-pedahohichnyy dyskurs yak linhvistychnyy fenomen [Educational and pedagogical discourse as a linguistic phenomenon]. In: *Movoznavstvo [Linguistics]*, (6), 70–78 (in Ukr.).
5. Zahnitko, A. P. (2008). *Osnovy dyskursolohiyi* [Fundamentals of Discourseology]. Donetsk: DonNU, 194 (in Ukr.).
6. Kosmeda, T. A., Mykytyuk, O. R. (2025). Termin dyskursyvno-tekstovyy prostir u metamovi politychnoyi linhvistyky i linhvopersonolohiyi: teoretychne obgruntuvannya ta praktyka zastosuvannya [The term «discursive-textual space» in the metalanguage of political linguistics and linguistic personology: theoretical justification and practical]. In: *Terminolohichnyy visnyk [Terminological bulletin]*, (8), 379–392 (in Ukr.).
7. Lytvynenko, N. P. (2009). Avtokomunikatsiya v medychnomu dyskursi (na materiali dialohiv likarpatsiyent) [Autocommunication in medical discourse (based on doctor-patient dialogues)]. In: *Ukrayinska mova [Ukrainian language]*, (3), 83–96 (in Ukr.).
8. Shyrokov, V. A. (ed.) ta in. (2018). *Slovyk ukrayinskoyi movy: u 20 tomakh* [Dictionary of the Ukrainian language: in 20 volumes]. Kyiv: Naukova dumka, (9), 912 (in Ukr.).
9. Shabat-Savka, S. T. (2014). *Katehoriya komunikatyvnoyi intentsiyi v ukrayinskiy movi* [Category of communicative intention in the Ukrainian language]. Chernivtsi: «Bukrek», 412 (in Ukr.).
10. Shkitska I. Yu. (2011). Pryyomy posylennya vplyvovoyi funktsiyi zvertan [Techniques for strengthening the influential function of appeals]. In: *Linhvistychni doslidzhennya [Linguistic research]*, (31), 104–110 (in Ukr.).
11. Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. In: *Academy of Management Journal*, (33), 692–724 (in Eng.).
12. Kristeva, J. (1981). *Le language, cet inconnu*. Paris: Ed. du Seuil, 334 (in Fr.).
13. Lakoff, R. T. (1982). *Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising*. In: D. Tannen (ed.). *Analyzing discourse: Text and talk. Georgetown University Round Table on Language and Linguistics*. Washington : Georgetown University Press, 25–42 (in Eng.).
14. Leech, G. (1972). *English in advertising*. London: Longman, 210 (in Eng.).
15. Leech, G. (2016). *Principles of Pragmatics*. London & New York: Longman, 250 (in Eng.).
16. Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. London: Cambridge University Press, 171 (in Eng.).
17. Shaw, K. (2005). An engagement strategy process for communicators. In: *Strategic Communication Management*, (9), (3), 26–29 (in Eng.).
18. Stubbs, M. (1983). *Discourse analysis: the sociolinguistic analysis of natural language*. Oxford: Blackwell, 272 (in Eng.).

COMMUNICATIVE TACTICS OF PERSUASIVE COMMUNICATION IN EDUCATIONAL DISCOURSE

**Valentyna Kalko, Doctor of Philological Sciences, Professor of the
Department of Ukrainian Linguistics and Applied Linguistics,
Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,
(Cherkasy, Ukraine)**

e-mail: mkalko@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9394-1664>

Scopus Author ID: 57219247796

Mykola Kalko, Doctor of Philological Sciences, Professor of the

Abstract. Introduction. *Language unites the addresser and the addressee, ensures the construction of a shared reality, and facilitates mutually beneficial decision-making. Therefore, it is directly related to the persuasive function, implemented through manipulation and argumentation, which involves the interaction of various linguistic and discursive means.*

Purpose. *The purpose of the article is to provide a comprehensive analysis of communicative tactics aimed at implementing persuasive influence in educational discourse. The research material consists of speech acts containing communicative influence, selected by continuous sampling from Ukrainian language video lessons published on the digital and blended learning platform “All-Ukrainian School Online”.*

Results. *In implementing a persuasive strategy in educational discourse, educators employ five main tactics: 1) the formation of a positive emotional atmosphere, aimed at encouraging students’ active engagement through speech acts that create a favourable emotional background, enhancing confidence and enthusiasm; 2) neutral inducement, which involves indirect appeals and argumentation, contributing to the efficiency and speed of achieving results; 3) solidarization, which creates a sense of unity and involvement; 4) intimization, focused on building close and trusting relationships; 5) appeal to authority, which strengthens influence by referring to the opinions of well-known individuals and authoritative sources.*

Persuasive educational discourse presupposes compliance with requirements and achievement of results; it is aimed at uniting participants and creating a motivational field that facilitates the development of a shared vision and a common solution.

Originality. *Educational discourse is defined as institutionally regulated and socially standardized situations of communicative interaction between knowledge transmitters (lecturers, teachers, educational texts) and their recipients (students, pupils), which have informational, regulatory, and educational purposes. This interaction is oriented toward the co-creation of participants and is pragmatically directed at learners to achieve success in social life. Persuasiveness is interpreted as an optional textual-discursive category aimed at changing behaviour, evaluations, and views.*

Conclusion. *In fact any use of language is associated with influence. Since it is extremely difficult to change existing beliefs or form new ones, persuasive communication in educational discourse should primarily aim to strengthen students’ positive attitudes toward acquiring knowledge, modify prejudiced perceptions, and stimulate interest. Language in the learning process is a powerful tool that contributes to the transformation of worldview orientations and influences the system of beliefs and values.*

Key words: *educational discourse, persuasiveness, communicative strategy, communicative tactic, speech act, illocution, perlocution.*

Надійшла до редакції: 12.02.2026

Прийнято до друку: 17.03.2026