

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРАГМАЛІНГВІСТИКИ
[CURRENT ISSUES IN PRAGMALINGUISTICS]**

УДК 811.134

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 18.02.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.02.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 97.53 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.41.10>

**ПРАГМАТИЧНА МЕТА ТА ЗАСОБИ МОДЕЛЮВАННЯ ЗДОРОВОГО
СПОСОБУ ЖИТТЯ В ІСПАНОМОВНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ**

Альона Олегівна Шрамко (м. Київ, Україна)

shramkoaalyona@gmail.com

студентка магістратури кафедри романської філології
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(Міністерство освіти і науки України)
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

Статтю присвячено дослідженню прагматичної мети та засобів, що використовуються в іспаномовних ЗМІ для моделювання здорового способу життя та поширення певних ідей стосовно зазначеної теми у суспільстві. Ми ознайомилися з визначенням поняття “комунікативної стратегії” та “комунікативної тактики” у дослідницьких роботах вітчизняних та іноземних лінгвістів, а також з’ясували роль прагматики у сучасній лінгвістиці. В статті також було розглянуто запропоновані українськими науковцями класифікації комунікативних стратегій та створено власну класифікацію тактик, пов’язаних зі стратегією інформування про проблеми зі здоров’ям людей з надмірною вагою та застереження з метою попередження певних захворювань. До практичної бази дослідження увійшли наступні тактики: тактика оперування фактами та посилення на думку авторитета, тактика переконання, тактика пояснення, тактика формування щирого діалогу з читачем. Було проаналізовано, хто з українських та зарубіжних лінгвістів отримав вагомі теоретичні та практичні здобутки щодо зазначеної проблематики. Окрім цього, було

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Pragmatic Goal and Methods of Healthy Lifestyle Representation in Spanish Publicism (in Ukrainian)

[Pragmaticchna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Shramko A. O. [Shramko A. O.], shramkoaalyona@gmail.com

розглянуто три компоненти комунікативної стратегії, що відіграють ключову роль у її формуванні. Насамкінець було з'ясоване практичне застосування отриманих висновків та перспективи розвитку дослідження з зазначеної теми.

Ключові слова: прагматика, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, комунікація, аспекти комунікативної ситуації, комунікативна інтенція, компоненти комунікативної стратегії.

PRAGMATIC GOAL AND METHODS OF HEALTHY LIFESTYLE REPRESENTATION IN SPANISH PUBLICISM

Alona Olehivna Shramko (Kyiv, Ukraine)

shramkoaalyona@gmail.com

Master's Degree Student of Romance Philology Department

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article is dedicated to the study of the pragmatic goals and methods used in Spanish media in order to represent healthy lifestyle and introduce certain ideas into society concerning stated topic. We have examined the definition of term “communicative strategy” and “communicative tactic” in the scientific works of Ukrainian and foreign linguists. Besides, the role of pragmatics in modern linguistics has been analyzed. We have studied the classification of communicative strategies suggested by Ukrainian scientists. Furthermore, we have proposed our own classification of communicative tactics used in the informing and prevention strategies to make sure people get information about negative consequences of being overweight and prevent this and other diseases. The practical basis of our research includes following communicative tactics: the tactic of facts usage and references to the opinion of authorities, the tactic of persuasion, the tactic of explanation, the tactic of a genuine dialogue formation with the reader. We have analyzed who of the Ukrainian and foreign scientists have made great contribution into the study of stated topic. We have examined three components of a communicative strategy, which are essential for its

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Прагматична мета та засоби моделювання здорового способу життя в іспаномовній публіцистиці (Українською)

[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Шрамко А. О. [Shramko A. O.], shramkoaalyona@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

formation. Last but not least, the practical usage of obtained results have been analyzed as well as opportunities for further research in stated field.

Key words: pragmatics, communicative strategy, communicative tactic, communication, aspects of communicative situation, communicative intention, components of communicative strategy.

Вступ. Прагматика прагне розглянути комунікативні стратегії як засоби ведення спілкування крізь призму контексту, а отже соціокультурного значення, яким наділений мовленнєвий акт. Саме умови за яких перебігає процес комунікації формують сприйняття інформаційного повідомлення. Натомість комунікативні тактики слугують покроковими діями, спрямованими на досягнення комунікативних інтенцій. В умовах сучасної дигіталізації засобів масової інформації можна провести дослідження стратегій та тактик, залучених для поширення конкретних ідей у суспільстві. У статті особливу увагу привертає тема здоров'я, а саме причини зайвої ваги та її вплив на функціонування людського організму. Саме тому було розглянуто комунікативні тактики, що вживаються для просування стратегії інформування та застереження людей про проблеми, пов'язані з зайвою вагою.

Актуальність дослідження полягає в ознайомленні з різними сучасними підходами до класифікації комунікативних стратегій та тактик з метою проведення власного аналізу та структурування тактик спілкування в межах зазначеної теми. Оскільки тема *здорового способу життя* є наразі актуальною у суспільстві, важливим є дослідження мовних та соціокультурних засобів, що використовують ЗМІ для інформування та впливу на суспільну думку.

Метою статті є дослідження та структурування комунікативних стратегій і тактик, що використовуються для фактичного інформування та переконання суспільства у негативних наслідках зайвої ваги для фізичного здоров'я людини. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) з'ясувати роль прагматики у сучасній лінгвістиці; 2) визначити сутність поняття “комунікативні стратегії”, розглянути її складові компоненти та тактики спрямовані на досягнення мети спілкування; 3) визначити та структурувати низку тактик для досягнення комунікативної стратегії на запропоновану у статті тему.

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Pragmatic Goal and Methods of Healthy Lifestyle Representation in Spanish Publicism (in Ukrainian)

[Pragmatichna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Shramko A. O. [Shramko A. O.], shramkoalyona@gmail.com

Виконання поставлених завдань зумовило використання у статті таких **методів дослідження**: метод лінгвістичного спостереження для пошуку мовних конструкцій, що використовуються у проаналізованих в статті тактиках спілкування; метод аналізу прагматичних цілей використання комунікативних стратегій та тактик під час мовленнєвого акту для розкриття інтенцій адресанта за конкретної комунікативної ситуації; метод класифікації для виділення ключових комунікативних тактик на тему висвітлення проблем та наслідків ожиріння в іспаномовних ЗМІ.

Об'єктом дослідження є способи моделювання *здорового способу життя* в іспаномовних засобах масової інформації на основі прагматичного підходу дослідження мовленнєвого акту.

Предметом дослідження є прагматична мета та засоби моделювання *здорового способу життя* в іспаномовній публіцистиці.

Новизна роботи полягає, перш за все, у розгляді характерних функцій та видів комунікативних стратегій та тактик в іспаномовній публіцистиці, що безпосередньо пов'язані з темою *здорового способу життя*. По-друге, новою є класифікація комунікативних тактик, що використовуються для інформування та застереження людей про проблеми внаслідок накопичення зайвої ваги, вибірка актуальних прикладів з найвпливовішого видання *El País*.

Огляд наукової літератури. Прагматика стала об'єктом дослідження багатьох мовознавців, які прагнули з'ясувати мотив використання тих чи інших словосполучень за конкретної комунікативної ситуації та засоби досягнення поставленої цілі. Слід зауважити, серед українських дослідників цією проблематикою цікавилися наступні науковці: Бацевич Ф. С., Белова А. Д., Бобошко Т. М., Станко Д. В. У своїх працях вони займалися вивченням комунікативних стратегій та тактик, а також репрезентували власні класифікації зазначених феноменів. Натомість серед зарубіжних науковців, хто зробив неоціненний внесок у дослідження прагматики, є французький лінгвіст Ден Спербер, британці Дейдра Вільсон та Джефрі Ліч, іспанець Вікторіно Цекеті. Їх праці послуговували теоретичною базою для пошуку комунікативних стратегій та тактик в іспаномовних періодичних виданнях, їх дослідженню та згрупуванню у даній статті.

Основний зміст. Прагматику слід розглядати як дисципліну, спрямовану на дослідження зв'язку між мовними одиницями та значеннями, якими наділяє

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Прагматична мета та засоби моделювання здорового способу життя в іспаномовній публіцистиці (Українською)
[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Шрамко А. О. [Shramko A. O.], shramkooalyona@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

їх мовець у конкретній соціокомунікативній ситуації. Таким чином вдається розглянути конкретні стратегії, застосовуючи які стає можливим досягти порозуміння під час спілкування [11, с. 23].

На думку британського філософа П. Грайса, виділяють два підходи дослідження прагматики як підгрупи лінгвістики, що займається вивченням внеску контексту у зміст інформаційного повідомлення [5, с. 2].

Один підхід ґрунтується на сприйнятті синтаксичного значення як рушія комунікації, а власне персональні інтенції мовця вважаються успішними за рахунок розпізнання цієї комунікативної мети адресатом. Тобто адресант кодифікує інформацію у синтаксичну структуру, натомість адресат декодує її.

В основі іншого підходу є думка, що під час сприйняття мовлення адресат керується певними принципами за якими створюється інформаційне повідомлення. До зазначених принципів відносять інформативність (відсутність недосказанності та навпаки перенасиченості інформацією мовлення), достовірність (використання лише правдивих фактів у своїх судженнях), доречність (дотримання теми розмови) та чіткість висловлюваного (уникнення багатозначності, стислості).

Варто зазначити, що підґрунтям прагматики є процес людської комунікації, що розвивається як “соціальна конструкція”. Різновиди комунікації, перш за все, вербальне мовлення, є проявом колективно створеної системи спілкування в межах суспільства з метою встановлення зв’язків між його учасниками та забезпечення ефективного обміну інформаційними повідомленнями [11, с. 123]. Таким чином досліджується важливість соціального контексту, а саме культурний вплив на декодування інформації у повсякденному спілкуванні, адже саме буденне оточення формує сприйняття інформації. Людина перебуває у неперервному комунікативному зв’язку, будуючи родинні та робочі стосунки, що потребує використання вербальної комунікації. Проте невербальні методи спілкування: жестикуляція, вираз обличчя, зовнішній вигляд, відіграють важливу роль під час наділення інформаційного повідомлення не лише вербальним сенсом, але й візуальними методами сприйняття.

Традиційний принцип “адресант – інформаційне повідомлення – адресат” дає підґрунтя для вивчення безперервного процесу комунікації з точки зору його

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Pragmatic Goal and Methods of Healthy Lifestyle Representation in Spanish Publicism (in Ukrainian)

[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Shramko A. O. [Shramko A. O.], shramkoaalyna@gmail.com

фізичних компонентів. Однак це не дає змоги розглянути процес спілкування як активне та креативне мовлення, що прогресує та збагачується сенсами та завуальованими інтенціями. Завдяки дослідженню прагматичної взаємодії учасників комунікативної ситуації вдалося виокремити поняття “комунікативні компетенції”, тобто навички, що використовує мовець для подолання труднощів під час спілкування.

Порівняно з іншими дисциплінами, прагматика відносно нова наука, що зосереджена на вивченні взаємозв'язку між мовною практикою та соціальним контекстом. Крізь призму оточення людини та її навичок реагувати на ті чи інші зовнішні фактори, використовуючи мовні одиниці, прагматика вивчає здібності мовця виражати свої думки, наділяти їх значеннями, символами, емоційним підтекстом, використовувати діалектизми, персуазивні стратегії – усне чи писемне спілкування у діалогічній формі та його застосування для досягнення персональних цілей комунікації [11, с. 125.]

Вікторіно Цекеті у своїй праці “*La danza de los signos*” зазначає, що до ключових завдань прагматики відносять: пошук та опис стратегій, якими послуговується мовець під час спілкування; дослідження контексту, екстралінгвістичної інформації, яка б дала змогу розширити процес комунікації поза чіткі граматичні та лексичні межі мови. Для досягнення зазначених завдань слід звернути увагу на конкретний процес спілкування, залучених мовців та власне процес мовлення, зважаючи на екстралінгвістичні інтенції.

Слід зауважити, що семантика – це наука, що послуговується загальноприйнятими граматичними правилами, однак прагматика зосереджена на принципах ведення комунікації, стратегіях для досягнення цілей спілкування та особистій мотивації мовця [9, с. 24].

Розглянемо аспекти комунікативної ситуації, характерні для її дослідження, з прагматичної точки зору. Перш за все, наявність адресанта та адресата між якими відбувається спілкування та обмін інформаційними повідомленнями. По-друге, контекст висловлювання, а саме культурне та соціальне середовище, додаткові знання з теми спілкування неабияк впливають на декодифікування інформації.

По-третє, комунікативні інтенції, власне сенс, яким адресант наділяє висловлювання відіграють роль у правильності сприйняття адресатом інформації. Окрім цього, прагматика розглядає мовлення як активний процес,

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Прагматична мета та засоби моделювання здорового способу життя в іспаномовній публіцистиці (Українською)
[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Шрамко А. О. [Shramko A. O.], shramkoaalyna@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

що безпосередньо стосується часу “тут і тепер”. Насамкінець це мовлення як продукт процесу вербального акту, аніж власне вербальний акт [9, с. 13].

Розглянувши поняття “прагматика” вдалося з’ясувати: успіх комунікативного процесу, без сумніву, залежить від залучених мовцем стратегій. Слід зауважити, у сучасній лінгвістиці досить складно дати чітке визначення поняттю “комунікативна стратегія”, проте як зазначає Бобошко Т. М.: “... це деяка послідовність мовленнєвих дій, організованих залежно від мети взаємодії” [3, с. 2]. Таким чином кожна комунікативна стратегія є індивідуальною та спрямованою на досягнення порозуміння у конкретній ситуації. Більш специфічним є поняття “комунікативної тактики”, адже воно включає власне мовленнєву дію, яка разом з іншими мовленнєвими діями є частиною комунікативної стратегії. Можна зробити висновок, що комунікативна стратегія є більш широким поняттям, що зосереджене на інтенції учасника комунікативного процесу обрати стратегічний курс мовлення, а комунікативна тактика є власне дією, що слугує для досягнення стратегічної мети.

Оскільки комунікативні стратегії є відносно новою темою лінгвістичних досліджень, складно виокремити їх універсальну класифікацію. Однак зазначену класифікацію можна розглянути на прикладі праць науковців, які пропонують своє бачення у проведених дослідженнях. Так українська дослідниця А. Д. Белова класифікує комунікативні стратегії на основі опозицій, наприклад: загальноживані – індивідуальні, універсальні – етнічно-специфічні, унісекс – гендерно-марковані, вербальні – невербальні тощо [2, с. 14].

Дослідник Бацевич Ф. С. зазначає: “Комунікативна інтенція – осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення” [1, с. 116]. Загальна інтенція мовця обумовлює стратегію мовленнєвого спілкування, або комунікативну стратегію. У своїй праці Бацевич Ф. С. дає визначення зазначеному поняттю: “Стратегія мовленнєвого спілкування – оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації” [1, с. 118]. Комунікативна стратегія включає визначення цілі спілкування, підбір семантичних та екстралінгвістичних компонентів, визначення комунікативних тактик для реалізації бажаного. До складників стратегії теж слід відносити: аргументацію,

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Pragmatic Goal and Methods of Healthy Lifestyle Representation in Spanish Publicism (in Ukrainian)

[Pragmatichna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicisticij]

© Shramko A. O. [Shramko A. O.], shramkoaalyna@gmail.com

мотивацію, надання оцінки, емоційне забарвлення мовлення. Існує класифікація, що поділяє комунікативні стратегії на: семантичні, когнітивні, контекстуальні, мовленнєві, схематичні, синтаксичні, текстові тощо. Окрім цього виокремлюють більш спрощену класифікацію, згідно з якою існує лише два типи стратегій спілкування: комунікативна та змістовна.

Слід зауважити, до складових компонентів комунікативної стратегії відносять інтенцію мовленнєвого акту, мету та компетенцію. Комунікативна інтенція є виключно особистою вмотивованістю та зацікавленістю мовця висловити свою думку. Вона не регламентується загальноприйнятими правилами поведінки під час спілкування, адже має суто індивідуальний характер. Комунікативна мета являє собою стратегічний результат, на який скероване спілкування за конкретної ситуації. Вона служить орієнтиром, адже скеровує перебіг обміну інформацією у певному напрямку. Зрештою комунікативна компетенція є сукупністю стратегій спілкування, певних норм та правил, якими володіють мовці, залучені до діалогу.

Обравши комунікативну стратегію, адресант свідомо переходить до вибору тих чи інших тактик спілкування, які на його думку, мають наблизити його до успішного завершення поставленої комунікативної мети. Тактики, обрані під час спілкування, є певною сукупністю мовленнєвих прийомів, що у поєднанні з коректно підбраною поведінкою допомагають запобігти непорозумінням та спрямовані на досягнення бажаного ефекту. Вони виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення [4, с. 180].

Слід зауважити, що у наукових дослідженнях немає чіткого виокремлення тих чи інших комунікативних тактик, структурованої класифікації, що була б універсальною для різних видів спілкування (ділового, побутового тощо). Проте у межах конкретних сфер спілкування існують деякі спроби виокремлення типів тактик. Так наприклад, досягнення комунікативних стратегій у діловому спілкуванні відбувається за рахунок таких тактик, як: провокація, неочікуваність, посилення на авторитетну думку, гумор тощо.

Розглянемо застосування комунікативних стратегій та тактик на прикладі сучасних публіцистичних видань, адже наразі в епоху розквіту цифрових технологій ця тема є досить актуальною. Публіцистичні видання, більшість з яких наразі є дигіталізованими, неабияк впливають на формування суспільної думки, скеровуючи її у тому чи іншому напрямку, вигідному політичним

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Прагматична мета та засоби моделювання здорового способу життя в іспаномовній публіцистиці (Українською)
[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Шрамко А. О. [Shramko A. O.], shramkoaalyna@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

структурам [6, с. 23]. Саме критичне мислення та вміння розпізнавати та розуміти цілі використання комунікативних стратегій дають змогу людині формувати власне бачення на ту чи іншу ситуацію.

У статті увага прикута до публіцистики, як джерела поширення певних ідей та впливу на суспільну думку саме у сфері індустрії здоров'я. Практичне дослідження матеріалу на тему зайвої ваги та її впливу на здоров'я людини на основі іспаномовного видання *“El País”* дає змогу проаналізувати вживання комунікативних стратегій та тактик.

Слід зауважити, що в проаналізованих статтях спостерігається стратегія роз'яснення причин та наслідків пов'язаних із зайвою вагою та застереження людей від набування згаданих проблем зі здоров'ям. Метою зазначеної комунікативної стратегії є інформування та переконання людей у необхідності звертати увагу на ожиріння не як суто індивідуальну проблему, а колективний процес, що з кожний роком набуває більш широкого масштабу у суспільстві. Задля досягнення поставленої мети, використовується низка тактик. Розглянемо детальніше кожну з них:

- тактика оперування фактами та посилення на думку авторитета;
- тактика переконання;
- тактика пояснення;
- тактика формування щирого діалогу з читачем.

Тактика оперування фактами та посилення на думку авторитета проявляється у використанні актуальних досліджень як референтів, що дають чіткий фактичний матеріал наукових досліджень. Так наприклад, використовуються посилення на джерело інформації *“La Autoridad Europea para la Seguridad Alimentaria”*. Окрім цього автор оперує цифрами: *“La prevalencia de obesidad en las mujeres ha pasado de un 7,9 % a un 15,5 % en los últimos 30 años. En los hombres, de un 6,9% a un 16,5 %.”* [8]. Інше джерело надає таку інформацію: *“Según los datos más recientes, en España, un 53,6 % de la población adulta tiene exceso de peso (37,6 % tiene sobrepeso y el 16 % obesidad). En niños, niñas y adolescentes (8 a 16 años) el estudio PASOS observó que un 20,7 % presenta sobrepeso y un 14,2 % obesidad”* [7].

Застосування тактики переконання відбувається завдяки використанню емпатичних конструкцій, наприклад: *“Aunque la solución no es fácil, sí sabemos que podemos hacer”* [8].

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Pragmatic Goal and Methods of Healthy Lifestyle Representation in Spanish Publicism (in Ukrainian)

[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Shramko A. O. [Shramko A. O.], shramkoalyona@gmail.com

Тактика пояснення обумовлює вживання таких мовних конструкцій як “*es importante que*”, “*es bueno que*” із застосуванням субхунтиву; серед інших словосполучень: “*lo importante es que*”, “*por ejemplo*”, “*es decir que*”. Їх використання спрямоване на вираження ствердження.

Зрештою тактика формування щирої комунікації з читачем передбачає використання питань для побудови довірливого діалогу. Таким чином людина, чю увагу привернула стаття, відчуває пряме спілкування з автором, залучення до комунікативної ситуації. Так наприклад, вживаються питання: “*¿Qué ingredientes lleva?*” [7], “*¿Pensaría en, digamos, un dulce industrial?*” [10], “*¿Puedo comérmelo pasada la fecha?*” [10], “*¿Y qué hacemos?*” [8].

Висновки. Отже, досліджуючи прагматичну мету та засоби моделювання *здорового способу життя* в іспаномовній публіцистиці, нам вдалося ознайомитися з поняттям “прагматика”, зокрема на прикладі сучасних українських та зарубіжних лінгвістичних досліджень. Окрім цього, оскільки дослідження комунікативних стратегій та тактик є цілком новим предметом наукових робіт, ми виявили, що не існує конкретної класифікації зазначених понять, однак вдалося ознайомитися з деякими авторськими класифікаціями згаданих у статті науковців. Після проведення практичного дослідження використання певних комунікативних стратегій та тактик у статтях, пов’язаних з темою *здорового способу життя*, нам вдалося обґрунтувати використання тих чи інших тактик та згрупувати їх залежно від стратегії, надавши приклади.

Практичне застосування отриманих висновків полягає у можливостях використання досліджених тактик моделювання *здорового способу життя* в іспаномовних періодичних виданнях для подальшого пошуку та збагачення сформованої класифікації новими прикладами. Окрім цього, стає можливим подальший аналіз лінгвістичних конструкцій, як одного з мовних елементів формування комунікативної тактики, а також результати статті можуть послугувати предметом дослідження в області когнітивної лінгвістики.

Латература:

1. Бацевич, Ф. С. *Основи комунікативної лінгвістики*: підручник (Київ: Академія, 2004), 342.
2. Белова, А. Д. «Комунікативні стратегії і тактики: проблеми семантики». *Мовні і концептуальні картини світу* 10 (2004): 11–16.
3. Бобошко, Т. М. *Комунікативні стратегії і тактики в оцінних висловленнях адресата* (2013),
https://www.researchgate.net/publication/315099574_Komunikativni_strategii_i_taktiki_ta_ocinni_vislovlenna.

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Прагматична мета та засоби моделювання *здорового способу життя* в іспаномовній публіцистиці (Українською)
[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Шрамко А. О. [Shramko A. O.], shramkoalyona@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

4. Станко, Д. В. «Стратегії і тактики в емоційному мовленні» Записки з романо-германської філології 1 (2014).
5. Dan, S., Deirdre, W. *Pragmatics* (Cambridge University Press, 2012): 1–27.
6. Elvis, F., Héverd, A., Jairo, F. *Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento* (Estados Unidos, 2020), 84.
7. Julia, Díez. *Así es cómo los anuncios de dulces perjudican la salud de los niños* <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-con-ciencia/2022-06-09/asi-es-como-los-anuncios-de-dulces-perjudican-la-salud-de-los-ninos.html>
8. Julia, Díez. *La obesidad no es un problema solo para nutricionistas*, <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-con-ciencia/2022-08-01/la-obesidad-no-es-un-problema-solo-para-nutricionistas.html>
9. Leech, G. N. *Principles of pragmatics* (London; New York: Longman, 1983), 250.
10. Silvia Valtueña Martínez, Ana M. Rincón. *Aditivos, propiedades saludables y fechas de caducidad: guía para entender las etiquetas alimentarias*, <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-con-ciencia/>
11. Victorino, Z. *La danza de los signos* (2002), 243.

References:

1. Bacevych, F. S. *Osnovy komunikatyvnoi' lingvistyky: pidruchnyk [The basis of communicative linguistics: manual]* (Kyiv: Akademija, 2004), 342.
2. Bjelova, A. D. «Komunikatyvni strategii' i taktyky: problemy semantyky.» *Movni i konceptual'ni kartyny svitu* [«Communicative strategies and tactics: problems of semantics.» *Language and conceptual world image*] 10 (2004): 11–16.
3. Boboshko, T. M. *Komunikatyvni strategii' i taktyky v ocinnih vyslovlennjah adresata* [Communicative strategies and tactics in evaluative statements of addressee] (2013), https://www.researchgate.net/publication/315099574_Komunikativni_strategii_i_taktiki_ta_ocinni_vislovlenna.
4. Stanko, D. V. «Strategii' i taktyky v emocijnomu movlenni» [«Strategies and tactics in emotional speech»]. *Zapysky z romano-germans'koi' filologii' 1* (2014).
5. Dan, S., Deirdre, W. *Pragmatics* (Cambridge University Press, 2012): 1–27.
6. Elvis, F., Héverd, A., Jairo, F. *Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento* (Estados Unidos, 2020), 84.
7. Julia, Díez. *Así es cómo los anuncios de dulces perjudican la salud de los niños* <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-con-ciencia/2022-06-09/asi-es-como-los-anuncios-de-dulces-perjudican-la-salud-de-los-ninos.html>
8. Julia, Díez. *La obesidad no es un problema solo para nutricionistas*, <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-con-ciencia/2022-08-01/la-obesidad-no-es-un-problema-solo-para-nutricionistas.html>
9. Leech, G. N. *Principles of pragmatics* (London; New York: Longman, 1983), 250.
10. Silvia Valtueña Martínez, Ana M. Rincón. *Aditivos, propiedades saludables y fechas de caducidad: guía para entender las etiquetas alimentarias*, <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-con-ciencia/>
11. Victorino, Z. *La danza de los signos* (2002), 243.

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Pragmatic Goal and Methods of Healthy Lifestyle Representation in Spanish Publicism (in Ukrainian)

[Pragmaticzna meta ta zasobi modeljuvannja zdorovogo sposobu zhittja v ispanomovnij publicistici]

© Shramko A. O. [Shramko A. O.], shramkoaalyna@gmail.com