

Некоторые лексические и синтаксические реализации речевых стратегий и тактик в медиа-дискурсе (на материале русской и словацкой прессы)

Ян Галло

Кафедра русистики, Философский факультет, Университет им. Константина Философа в Нитре
jgallo@ukf.sk

Ключевые слова: дискурс, коммуникативная стратегия, речевая стратегия, речевая тактика, субъективная модальность, синтаксис.

Key words: communication strategy, communication tactic, discourse, media, modality, speech strategy, speech tactic, syntax.

Введение

Изучение коммуникативных стратегий и тактик является весьма актуальным направлением современной лингвистики.

Объектом исследования являются лексические и синтаксические средства реализации речевых стратегий и тактик в современной русской и словацкой публицистике. Цель статьи – показать взаимообусловленность коммуникативных и лингвопрагматических задач, поставленных автором публицистического текста, а также лексических и синтаксических средств их репрезентации. Безусловно, реализации авторского замысла подчинены все используемые в тексте языковые средства, однако лексические и синтаксические единицы выполняют особую функцию в реализации стратегий и тактик публициста.

Акцентируя публицистические тексты, в статье рассматривается реализация следующих лексических и синтаксических средств выражения стратегий и тактик современного русского и словацкого медиа-дискурса:

1. Синтаксические средства реализации ведущей стратегии современного публицистического текста – это в первую очередь средства выражения субъективной модальности.
2. Для медиа-дискурса одинаково актуальны как тактика солидарности, так тактика противостояния.
3. Средства выражения тактики детализации в оппозиции с тактикой экономии языковых средств (приём семантического свёртывания).
4. Средства выражения тактики речевого упрощения в оппозиции с тактикой намеренного усложнения высказывания.
5. Тактики актуализации главной информации в оппозиции с тактикой завуалированного высказывания.
6. Риторическая тактика.

1 Коммуникативная стратегия и тактика; речевая стратегия и тактика

В настоящее время учёными отчётливо определены границы понятий *коммуникативная стратегия* и *тактика*. В лингвистике существует большое количество трактовок понятия *коммуникативная стратегия*. Так, например, Е. В. Клюев говорит о коммуникативной стратегии как о «совокупности запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» (Клюев, 1999). В. Б. Кашкин

определяет коммуникативную стратегию как «часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определённой коммуникативной цели» (Кашкин, 2000).

Целесообразно привести и другие цитаты из работ современных специалистов по прагмалингвистике: При трактовке термина *коммуникативная стратегия* многие исследователи отмечают его близость к понятию замысла, плана построения речи, а также направленность стратегии на реализацию прогнозируемого эффекта речевого воздействия. Коммуникативная стратегия «есть способ реализации замысла, она предполагает отбор фактов и их подачу в определённом освещении с целью воздействия на интеллектуальную, волевою и эмоциональную сферу адресата» (Борисова, 1999); «это творческая реализация коммуникативного плана построения своего речевого поведения с целью достижения общей (глобальной) языковой (неязыковой) задачи общения в речевом событии» (Зернецкий, 1988); это «совокупность, единство коммуникативных и практических целей» (Городецкий, 1990); это «план комплексного речевого воздействия, который осуществляет говорящий для “обработки” партнёра... своего рода “насилие” над адресатом, направленное на изменение его модели мира, на трансформацию его концептуального сознания» (Иссерс, 1999).

В свою очередь, *коммуникативная тактика (тактики)* рассматривается в современном речеведении и текстоведении как «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» (Иссерс, 1999), как «способы осуществления стратегии речи» (Платонова – Виноградов, 1998), как «ближайшая задача, решаемая в рамках избранной стратегии» (Борисова, 1999). В. И. Курбатов понимает под речевой тактикой «определённую методику, схему действий, замысел, сюжет... метод или систему методов, позволяющих выражать общие стратегические цели» (Курбатов, 1995).

В русской лингвистике наибольший вклад в изучение и углубление данной проблемы внесла монография О. С. Иссерс «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» (Иссерс, 2002), в которой на современном материале описаны различные коммуникативные стратегии и тактики русской речи, рассмотрены процессы речевого планирования и контроля, предложены лингвометодические принципы обучения коммуникативным стратегиям и тактикам.

В словацкой лингвистике комплексной монографической работы по данной проблематике пока нет. Похожей темой в настоящее время занимается Я. Соколова с кафедры русистики Философского факультета им. Константина Философа в Нитре в рамках грантового проекта ВЕГА *Jazykové reflexie sociálnej egoprezentácie a adresácie*. Я. Соколова рассматривает основные проблемы, связанные с адресацией дискурса, то есть обращённостью речи к другому, воспринимающему её значение и коммуникативные установки. Адресация влияет на способ выражения содержания, на лексикон, на синтаксис текста, на использование фигур речи, интонацию и др. Я. Соколова в своих работах (Sokolová, 2018; 2019) анализирует эгоцентрики как выражения с семантико-прагматической ориентацией на говорящего, а также семантику и прагматику конструкций эгопрезентации.

В нашем исследовании под коммуникативной стратегией понимается общий план, посредством которого адресант воздействует на адресата, схема речевых действий с целью формирования (или трансформирования) его картины мира.

До сих пор не существует единой классификации коммуникативных стратегий, так как в основе исследований были разные критерии анализа речевого воздействия. Вслед за О. С. Иссерс и В. А. Даулетовой мы считаем, что все коммуникативные

стратегии с функциональной точки зрения можно разделить на основные и вспомогательные: основная стратегия – та, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой с точки зрения иерархии мотивов и целей, вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата.

В широком смысле речевая стратегия содержит в себе планирование процесса речевой коммуникации в конкретных условиях, в прямой зависимости от типа личности коммуникантов, кроме того подразумевает практическую реализацию этого плана (ср. Балахонская, 2010, с. 158).

О. С. Иссерс определяет речевые стратегии совокупностью речевых действий, имеющих своим направлением решение общей коммуникативной цели говорящего (ср. Иссерс, 2002, с. 109).

Согласно Н. Ф. Алефиренко «Речевая стратегия связана с решением базовой коммуникативной задачи, следовательно, она представляет собой совокупность речевых действий. *Речевая тактика* – это одно из (или, реже, несколько) речевых действий, реализующих ту или иную коммуникативную стратегию. В отличие от речевого акта, речевая тактика – не обособленное речевое действие, а приём осуществления коммуникативной стратегии, выбор речевого акта на определённом этапе общения или развёртывания избранного речевого жанра» (Алефиренко, 2005, с. 240). Согласно А. А. Горячеву речевую тактику можно определить как «цепочку речевых ходов, используемых адресантом согласно набору собственных интенций и применяемых в процессе речевого общения для достижения конкретных целей в рамках стратегии общения (Горячев, 2009, с. 280).

Использование речевых тактик даёт возможность реализовать поставленную задачу посредством определённых речевых ходов.

2 Средства выражения субъективной модальности

Общеизвестно, что основная функция языка, реализуемая в СМИ, это функция воздействия. Главной стратегией автора публицистического текста, таким образом, является презентация собственной (в известных случаях – «заданной») точки зрения на описываемые явления, факты, события и персоналии, выражение собственной позиции в концептуально плюралистичном мире. Синтаксические и лексические средства реализации ведущей стратегии современного публицистического текста – это в первую очередь средства выражения субъективной модальности. В работе «Русская грамматика» (1980) отмечено следующее: «Термин *модальность* в языкознании многозначен: им называются разные явления, объединяемые тем признаком, что все они так или иначе – грамматически, лексически, интонационно – выражают отношение говорящего к сообщаемому или сообщаемого к действительности... К модальным значениям относятся также все те значения, в которых заключено отношение говорящего к тому, о чём он сообщает. Это – субъективно-модальные значения. Субъективная модальность, т. е. отношение говорящего к сообщаемому, ... выражается самыми разнообразными языковыми средствами: интонацией, специальными синтаксическими конструкциями, словопорядком, повторением слов, сочетаниями знаменательных слов с частицами, с междометиями, вводными словами и сочетаниями слов (иногда их называют модальными словами), а также разнообразными комбинациями этих средств». Ср. следующие средства выражения из русского еженедельника «Аргументы и факты»: *Может быть, сразу все сложные вопросы, возникшие между Россией и Украиной, урегулировать невозможно, но с артистами, как мне кажется, всё должно решиться в ближайшее время* (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 26); *А региональные заксобрания далеко, их можно посылать без*

зазрения совести: **мол**, документ плохо проработан и поэтому не годится (там же, с. 5); **Есть хаотическое столкновение общественных и личных интересов. Именно это, на мой взгляд, происходит сегодня в России** (там же, с. 7); Летом 1947 г. «Атомный проект СССР» переживал, **пожалуй**, один из самых серьезных своих кризисов (там же, с. 8); **Вероятно**, будет решена и загрузка тех пустующих апартаментов в Москва-Сити, которые, **может быть**, сейчас пользуются не слишком большой популярностью (там же, с. 32); **Мне кажется**, это не помогает, а, **наоборот**, вредит творчеству (там же, с. 26); **Со стороны кажется**, что жизнь актёрская прекрасна. Даже наша, не голливудская (там же, с. 25); **По-моему**, и американцы никаких сложностей со своей военной базой в Гренландии не имеют, у них там всё схвачено (там же, с. 10); **К сожалению или к счастью**, наша история может двигаться только так, рывками (там же, с. 3). Ср. следующие средства выражения субъективной модальности из словацких журналов Trend, Obchod и Profit: **Politicky Roberta Kaliňáka tento rozmer nikdy nemusel trápiť. Práve naopak, zákazky vedel odprezentovať ako supervýhodné a zvyšovať si nimi svoju popularitu** (Trend, 14. júna 2018, s. 3); **Napokon, objemovo najväčším programom subvencií smerujúcich do súkromného sektora sú poľnohospodárske dotácie** (ibid., s. 10); „Z pohľadu životného prostredia je to schizofrénia. Všetky takého schémy by mali prejsť testom hodnoty za peniaze, zatiaľ sa to však, **bohužiaľ**, nedeje” (ibid., s. 12); **O tomto, žiaľ, nemôžem hovoriť. Ide o citlivé údaje** (ibid., s. 16); **Inak povedané, kým severania si vládli sami, južania boli väčšinou ovládaní** (ibid., s. 35); **V knihe, samozrejme, nechýba význam jedla či rodiny v talianskej spoločnosti. A, prirodzene, neobchádza ani mafiu** (ibid., s. 35); **Zúčastnili sme sa aj v súťaži na plán celého územia Twin City – Juh, ktorú sme, bohužiaľ, nevyhrali** (ibid., s. 40); **Bohužiaľ, projekt sa nepodarilo postaviť, pretože klient predal pozemok veľkému dánskemu penzijnému fondu a oni sa rozhodli angažovať dánsky tím** (ibid., s. 41); **Našťastie, kyvadlo sa posunulo na opačnú stranu a vytvorili sa pamiatkové oblasti** (ibid., s. 41); **Navyše, slovenský podpredseda vlády pre investície Richard Raši už vyhlásil, že snaha o zjednotenie fondov je zo strany Bruselu stále nedostatočná** (ibid., s. 44); **Navyše, teraz mám v škole náročných posledných pár týždňov, keďže sa uzatvárajú známky a práve vtedy na našej škole prebiehajú záverečné testy** (ibid., s. 53); „<...> **Inými slovami, nedokážeme si z veľkého koláča odtrhnúť väčší podiel**“ (ibid., s. 56); „**Naše sirupy momentálne nájdete v predajniach Billa na západnom Slovensku v projekte regionálni výrobcovia, v predajniach YEME, Starý otec, Framipek, Domáce potraviny, ale aj na čerpacích staniciach Slovnaft v projekte naše najlepšie a, samozrejme, v našej podnikovej predajni v Rovinke**“ (Obchod, apríl 2018, s. 19); **Samozrejme, akékoľvek podnety zo strany zákazníkov sú vítané** (ibid., s. 21); **Logicky, obe skupiny zákazníkov ocenia dopravu až domov alebo do firmy a dôvodov je viacero** (Obchod, apríl 2018, s. 29); **Mimochodom, vrcholné predstavenie profesionality stojí v Cannes 20 miliónov eur** (Profit, 6. júna 2018, s. 22); **V príbehu Slovenky, našťastie, náklady uhradila poisťovňa v rámci poistenia zodpovednosti za škodu z cestovného poistenia** (ibid., s. 30); **Bohužiaľ, väčšina klientov sa o poistenie cestovných kancelárií proti úpadku nezaujíma, upozorňuje P. Világi** (ibid., s. 32).

3 Средства выражения тактики солидарности или противостояния

Общая стратегия презентации субъективного отношения к чему-либо реализуется посредством конкретных тактик, которые можно рассматривать через оппозиции. Так, для медиа-дискурса одинаково актуальны **тактика солидарности** или **тактика противостояния**.

Тактика солидарности выражается такими синтаксическими средствами, как вводные конструкции с семантикой присоединения к общеизвестному мнению (односоставные неопределённо и определённо-личные предложения, например: *ako sa*

*hovorí / как говорится, ako sa hovorí / как говорят, ako hlásia v rádiu / как сообщает радио, ako tvrdia, ako vyhlasujú / как утверждают, ako viete / как вы знаете, ako si teraz spomínam / как сейчас помню, rokiat' viem / насколько мне известно. Ср. примеры из русского еженедельника «Аргументы и факты»: **Говорят**, после триумфальной сделки по зенитно-ракетным комплексам С-400 следующим хитом продаж может стать именно истребитель 5-го поколения (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 6); **Обычно говорят**: сначала нужно повысить производительность труда – по принципу «давайте сначала хорошо поработаем, а потом хорошо отдохнём» (там же, с. 11); **Говорят**, что и Макрон для Франции не совсем типичный президент, и в Италии на парламентских выборах победила партия, созданная клоуном (там же, с. 10). Ср. примеры из словацкого журнала Тéma и газеты Pravda: **Predpokladá sa**, že u niektorých druhov (mravcov, pozn. autora) sa časom vyvinulo špeciálne správanie, keď prvá vyliahnutá generácia neopustí hniezdo, ale prinesie ďalšiu potravu a pomáha s liahnutím ďalšej generácie (Тéma, 23. augusta 2019, s. 47); **Je zaujímavé**, že aj keď nemajú také maskovanie ako modráčiky, tak ich mravce nechajú (ibid., s. 50); **Hovorí sa**: „Kto chce kam ...“ (Pravda, 30. augusta 2019, s. 22); **Preto pamätajte**, že veľkosť národa sa meria najmä vzťahom k vlastnej histórii a tradíciám (Тéma, 23. augusta 2019, s. 56).*

Тактика солидарности выражается также двусоставными личными предложениями в роли вводных предложений, например: *А это, я считаю, может быть вся социальная сфера* (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 5); Телеканал РЕН ТВ обратился в Совет Федерации с жалобой на сенатора от Иркутской области Вячеслава Мархаева, который, **как утверждают журналисты**, 31 августа атаковал съемочную группу (Московский комсомолец, 5 сентября 2019 г., с. 5), и в словацком дискурсе: *Peniaze nie sú rozhodujúce, aj keď, ako hovorí klasik, dostatok peňazí uspokojuje* (по Интернету).

Тактика противостояния реализуется посредством синтаксических конструкций, содержащих элементы с противительной семантикой: в словацком дискурсе противительные союзы самостоятельно или вместе с наречием (*no, no zároveň, ale, naopak, alebo naopak, napokon, zato*; в русском дискурсе *но, да* в зн.: *но, однако* и т.п., *напротив, наоборот, но все же...*). Ср. примеры из русских газет «Аргументы и факты» и «Коммерсантъ»: *Сегодня мы боремся со свалками возле наших городов. Но надо разобраться и с мусором, который заполнил наше общественное сознание* (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 3); *Так, по наблюдениям ЦБ, вкладчики сохраняли интерес к валютным депозитам, однако в июле наметились первые признаки его ослабления* (Коммерсантъ, 10 сентября 2019 г., с. 4); *Заработать на облигациях в европейской валюте действительно сложно, зато вполне возможно на акциях некоторых компаний, правда, с большим риском, отмечает ведущий аналитик компании «Открытие-брокер» Андрей Кочетков* (там же, с. 4). Ср. примеры из словацких журналов Trend, Obchod и Profit: *Vláda dotuje výstavbu nájomných bytov – aj preto, lebo Slováci a Slovenky až v deviatich prípadoch z desiatich bývajú vo vlastnom, čo znižuje mobilitu pracovnej sily medzi regiónmi. No zároveň štát prispieva milióny eur na stavebné sporenie a bonifikuje hypotéky, ktoré zasa zväčša podporujú vlastníctvo nehnuteľností* (ibid., s. 10); *Neabsolvoval povinnú vojenskú službu, no dnes je ho firma Aliter Technologies jedným z najväčších dodávateľov IT služieb a technológií pre slovenskú armádu* (ibid., s. 14); *Už ako skúsený IT odborník mal za sebou dobre rozbehnutú kariéru v Kanade, kde navrhoval dátové centrá pre banky, telekomunikačné firmy či verejnú správu. No po narodení dcéry sa rozhodol vrátiť na Slovensko a začať podnikat'* (ibid., s. 14); *Podľa analýzy SFD sa podobné investície, ale väčšinou s nižšou kapacitou dojných kráv, uskutočnili počas uplynulých rokov najmä v Nemecku, ale i vo Francúzsku, Maďarsku, Poľsku, Česku či v Estónsku* (ibid., s. 29); *Západoeurópske krajiny majú historické skúsenosti s integráciou*

cudzincov, ale pre postkomunistické krajiny je to nová situácia, ktorej sa bránia (ibid., s. 31); Turecko bolo dlho hitom slovenských klientov cestovných kancelárií, ale v posledných dvoch rokoch výrazne poklesol záujem o túto krajinu (ibid., s. 31); Naopak, domáci návštevníci najviac preferovali ubytovanie v Žilinskom kraji, každý piaty Slováč, ktorý minulý rok strávil noc v hoteli či penzióne, si vybral práve tento región (ibid., s. 66); Napokon, aj celkový priemer 2,5 noci na pobyt napovedá, že Slovensko nie je krajinou, ktorú si zahraniční hostia vyberajú na dlhšie pobyty (ibid., s. 66); Záujem o kúpu kvetov na tieto sviatky určite neklesá, naopak, každý rok tento trend rastie (Obchod, apríl 2018, s. 11); Margarínom a zmesným tukom sa podarilo zvýšiť objem predajov o 5 percent, stále však nedokázali vykompenzovať straty masla. Naopak, najmenej rástla medziročne cena mliečnych nápojov (+3 percentá) (ibid., s. 17); Zákazníci odpovedali nielen na uzatvorené otázky, ale komentovali hlavne to, čo ich na návšteve našich čerpacích staníc príjemne prekvapilo, alebo naopak, čo by sme mali zmeniť (ibid., s. 20); „<...> Naopak, u žien je preferenčná ľahká hmotnosť, kráčajú ako lane, zapájajú centrum levitácie okolo hrudníka <...>” (Profit, 6. júna 2018, s. 6); „Kampane Tatra banky sú sofistikovanejšie. Nedosahujú vysokú penetráciu, zato však majú výrazný vplyv na formovanie značky,” (Trend, 28. júna 2018, s. 77).

4 Средства выражения тактики детализации в оппозиции с тактикой экономии языковых средств

Следующая оппозиция: **тактика детализации**, или развёрнутого описания – **тактика экономии языковых средств** (приём семантического свёртывания).

Тактика детализации встречается в развёрнутых описаниях (стремление передать максимально точно событие, факт, явление, демонстрация достоверности описания), реализуется в сложных или осложнённых синтаксических конструкциях (предложениях с обособленными определениями, обособленными обстоятельствами, обособленными приложениями, уточняющими элементами, однородными членами предложения и т. д.). Ср. примеры из русских журналов «Аргументы и факты» и «Коммерсантъ»: *В 2019 г. подняли цены на «деловую» древесину высоких категорий, а на сосну, кедр, лиственницу, ель, пихту и берёзу, которые и нужны для отопления, ставки снизились (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 4); Как правило, когда речь идёт о таких бумагах в Европе, то чаще всего говорят об акциях сектора коммунальных услуг – электроэнергетике, водоснабжении, управлению отходами и так далее. (Коммерсантъ, 10 сентября 2019 г., с. 4); Классическая чёрно-белая палитра смокингов перемежалась с клубными пиджаками ярких оттенков: аметиста, малинового, сапфирового синего и жёлтого. Максимально респектабельные ткани подчеркивают статус обладательницы: атлас, бархат, ламе, пайетки, кашемир, но мех искусственный, как и приличествует ситуации в 2019 году (там же, с. 9); Но мне хочется открыть ещё ещё один ресторан – русский (Аргументы и факты, 16 – 22 января 2019 г., с. 30).* Ср. примеры из словацкого журнала Trend и Profit: *Zrationalizovanie slovenského systému dotácií – aspoň v oblasti najšpinavšej výroby elektrickej energie – tak napriek rôznym návrhom pre rozvojovú stratégiu regiónu hornej Nitry po útlme ťažby nie je vôbec isté (Trend, 14. júna 2018, s. 13); Odborníci z konzultačných firiem na oblasť firemných podvodov – forenzní vyšetrovatelia – najčastejšie do firiem prichádzajú, už keď sa podvod stal alebo majú firmy podozrenie, že im takto unikajú peniaze (ibid. s. 19); Napriek tomuto všetkému však R. Kaliňák tvrdí, že Bell nie je jeho favoritom, že by bol najradšej, keby sa na súťaži zúčastnil aj tretí výrobca – Airbus Helicopter (ibid., s. 21); Aj keby nominoval jednu z dvoch najvyššie postavených žien v strane – Evu Smolíkovú alebo Evu Antošovou – ,ani jedna nemá šancu uspieť (ibid., s. 27); Firmy, ktoré sú jeho súčasťou, obstarávajú základné vstupy do výroby (osivá, hnojivá, chémia, mechanizáciu, služby a pod.) centrálnе (ibid., s. 28); Podmienkou totiž je, aby sa aj v tomto*

sektore ekonomiky – **podobne ako v iných odvetviach** – jednotlivé podniky dokázali vyrovnat' so zvyšujúcimi sa dopadmi globalizácie (ibid., s. 29); Ako hodnotí J. Hooper, fessi (**idioti, v zmysle tých, ktorí nezneužívajú svoje postavenie na získanie výhod**) sú v talianskej politike skôr v defenzíve, aj keď sa im občas podarí zastaviť vládu (ibid., s. 35); Na rozdiel od nich mňa ešte, bohužiaľ, čaká najťažší ročník – **maturitný** (ibid., s. 53); Chcela by som sa v nej (v španielčine, pozn. autora) zlepšiť a naozaj byť schopná ju použiť – **aspoň základy** – najlepšie už toto leto na dovolenke v Španielsku v Malage) (ibid., s. 53); Sekcia cestovného ruchu je však s výsledkami návštevnosti slovenska spokojná a najnovšie plánuje zahraničných turistov sem lákať aj zďaleka – z **Číny** (ibid., s. 56); <...>, založenie zastúpenia vytvorí príležitosť pre slovenské subjekty cestovného ruchu (**cestovné kancelárie, agentúry, hotelieri a pod.**), ktorým sa tak uľahčí prístup a možnosť propagácie Slovenska, ako aj služieb v cestovnom ruchu“ (ibid., s. 56); Ministerstvo (**a najmä Slovenská národná strana, ktorá sa začala venovať agende podpory cestovného ruchu**) ho však chce ešte viac podporiť zavedením dovolenkových poukážok, čo je evergreen posledných takmer 15 rokov (ibid., s. 58); Logicky Chorváti robia to, čo by na ich mieste pri vyťažovaných kapacitách robil každý – **zvyšujú ceny** (ibid., s. 60); Minulý rok sa objavila aj prvá lastovička v podobe hotela Adult friendly (**slovenská obdoba zahraničného Adult Only, teda hotelov bez detí, ktoré sa v zahraničí tešia čoraz väčšej obľube**) (ibid., s. 66); Na dvoch najväčších letiskách – v **Bratislave a v Košiciach** – pribudlo niekoľko nových pravidelných liniek a rast príjmov slovenských obyvateľov umožnil rekordný vyše tretinový rast charterovej dopravy (ibid., s. 70); Aj pobyty pri mori, ktoré sú najčastejšou formou dovolenky, zaznamenali rast – **o deväť percent** (ibid., s. 70); Pracujeme s dvomi typmi spätnej väzby. **Spontánna – cez aplikáciu Staffino, a vyžiadaná – cez direct mail** (Obchod, apríl 2018, s. 21); Cholerik sa však musí pamätať, že pre svoju impulzivnosť potrebuje hľadať kontexty, kde mu bude táto impulzivnosť užitočná – **box, vášnivé milovanie, spontánny divoký tanec** (Profit, 6. júna 2018, s. 8); “Nie sme najväčší, ale ako jedna z mála firiem na svete máme všetko – **od polí cez vývojové a výrobné stredisko až po baliareň** – na jednom mieste (ibid., s. 15); V Kováčovej je podiel samoplátiteľov minimálny – **tri až štyri percentá** (ibid., s. 35); Aj tieto objekty sú svedectvom turbulentných uplynulých sto rokov, keď sme zažili päť štátnych zriadení. **Rakúsko-Uhorsko, prvú československú republiku, fašizmus, komunizmus a dnešnú demokraciu** (ibid., s. 90); Aj keď sa k prostriedkom z eurofondov dá dostať aj bez aktívnej bankovej účasti (**potrebný je akurát bankový účet**), väčšinou sa banky aj tak stávajú súčasťou celého procesu (Trend, 28. júna 2018, s. 38); **Prokuratúra, polícia, súdnictvo, finančná správa** – to všetko sa dá použiť ako nástroj na utláčanie (ibid., s. 24); Realitný tím má na starosti zabezpečenie potrebnej infraštruktúry – **od vody a energií až po rýchle internetové pripojenie** (ibid., s. 19).

Тактика экономии языковых средств реализуется за счёт механизма семантического свёртывания. Экономия языковых средств – это один из основных, универсальных законов языковой динамики, действующий в языке. Он является одним из движущих механизмов эволюции лексиконов современных языков. Этот закон выражается в поиске более экономичной, краткой, компактной формы высказывания. Экономия языковых средств основывается на минимизации, синтаксической компрессии, сжатию многосоставных номинативных единиц в одно слово с целью придания краткости наименованию или высказыванию. Ср. примеры из русских газет «Аргументы и факты» и «Коммерсантъ»: Действительно, появилась информация, что в Москва-Сити вслед за **Минэкономразвития, Минпромторгом и Минкомсвязью собираются переехать ещё 14 министерств и ведомств** (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 32); **Минздрав предлагает дать Росздравнадзору полномочия штрафовать государственные медучреждения за некачественное лечение россиян** (Коммерсантъ, 11 сентября 2019 г., с. 2). Ср. примеры из словацкого журнала Trend: **Autosalón je nabitý hybridmi a elektromobilmi, nechýbajú ani veľké debuty zo Slovenska**

(Trend, 12. septembra 2019, s. 62); *Nekompromisné emisné normy automobilky tvrdo tlačia smerom ku ekológii* (ibid., s. 62); *Nie je eKasa ako eKasa* (elektronická registračná pokladnica, pozn. autora) (ibid., s. 62); *Okrem rozširovania priemyselného parku chce postaviť aj hi-tech park* (ibid., s. 16).

5 Средства выражения тактики речевого упрощения в оппозиции с тактикой намеренного усложнения высказывания.

Тактика речевого упрощения (стремление к разговорной речи) реализуется посредством разговорно-бытовой лексики с целью чем больше привлечь внимание читателя и быть «ближе» к его ежедневно употребляемой лексике разговорного стиля речи. Ср. примеры из русской газеты «Аргументы и факты»: *Местная власть, если захочет, может работать очень продуктивно, а не раздражать народ фразами про «макарошки»* (макаронные изделия, зам. автора) *и кто кого просил рожать* (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 4); *В мегаполисах ещё 2 – 3 часа в день съедает дорога от дома до офиса и назад* (там же, с. 6); *Завершилась гулянка морской вечеринкой, где пили разливное пиво с раками и воблой из Ростова. Погуляли на славу!* (там же, с. 26); *Александра, чтобы помочь сыну, отдала молодой семье свою маленькую «двушку», а сама сняла однокомнатную квартирку неподалёку в надежде, что сын оценит её внимание и наконец-то остепенится* (там же, с. 25); *То, что «белые воротнички» чаще уходят из жизни раньше срока, врачи заметили в конце XX – начале XXI века, когда число офисных работников возросло многократно* (там же, с. 23); *Если же правительство продолжит накапливать резервы ФНБ, значит, «излишки» надо тратить на наиболее значимые для страны проекты* (там же, с. 3). Ср. примеры из словацких журналов Trend и Téma, а также из газеты Pravda: *Vrtuľník nie je motorka, pán Kaliňák* (Trend, 14. júna 2018, s. 3); *Podpora štátu nemá ani hlavu ani päťu* (ibid., s. 10); *Armáda mala skutočného veliteľa so sídlom v Padove a produkovala množstvo papierov: fasovala náboje a proviant, povyšovala a prepúšťala* (ibid., s. 35); *Nehrabat' sa len vo vlastnom národnom piesočku* (ibid., s. 45); *Z vlastnej skúsenosti Lýdia vraví, že ľudia často používajú otrepanú výhovorku, že na jazyky nemajú talent* (ibid., s. 52); *Pár štamgastov sedí a popíja pivo, niektorí prídu k výčapu a kopnú do seba poldecák a „brzdu“* (ibid., s. 46); *Návštevu vietnamskej delegácie dodnes sprevádza viacero nejasností. Ak totiž naozaj slovenská strana o únose nevedela, kratučké rokovanie s Vietnamcami minimálne poriadne „odflákla“* (ibid., s. 16); *Matej Bošňák, vedúci partner poradenskej spoločnosti EY na Slovensku, sa vďaka sabatikalu „odstrihol“ na dva roky a zažil pracovný i osobný reštart* (ibid., s. 32); *Úvahy zamestnanca o tom, že zbehne ku konkurencii, sa stávajú spravidla reálnejšími, ak ho budúci zamestnávateľ osloví a motivuje vyššou mzdou* (ibid., s. 34); *Netreba sa však zbytočne vyľakať, pretože – ako sme spomínali v úvode – kým nové technológie „pochovajú“ veľa pracovných miest, zároveň vytvoria veľa nových* (ibid., s. 37); *Z uličiek vykúkajú farebné obchodíky a voňavé kaviarne „na stojáka“, no najväčším lákadlom ostáva návšteva bazára s orientálnym šarmom* (ibid., s. 62); *Čo môžete „chytiť“ v slovenskej prírode?* (Téma, 23. augusta 2019, s. 4); *Starším ľuďom „odchádza“ skôr hlava ako telo. Preto by sa mali neustále vzdelávať, aby trénovali mozog* (ibid., s. 11); *Centrom Banskej Bystrice „prehrmelo“ vyše 1500 vojakov, tanky, kanónové húfnice, bojové vozidlá či raketometry medzi treťou a po piatou popoludní* (Pravda, 30. augusta 2019, s. 3); *Nedávno oznámilo ministerstvo pôdohospodárstva, že nám klesá počet hospodárskych zvierat. Reku, treba s tým niečo robiť* (ibid., s. 22); *Na východe pes neskapaľ* (novinový titulok, pozn. autora), (ibid., s. 24); *Žiadni pupkáči. Musíme vyzerat' ako športovci* (novinový titulok, pozn. autora), (ibid., s. 28).

Тактика намеренного усложнения высказывания, например, стилизация под научную речь: нанизывание генитивов, использование сложных и производных

предлогов. Ср. примеры из русских газет «Аргументы и факты», «Коммерсантъ» и «Московский комсомолец»: *Германия может запросить и провести такую экспертизу, в результате чего требования Польши лишатся основы* (Коммерсантъ, 11 сентября 2019 г., с. 1); *И, несмотря на то что в Риме много всевозможных едальных и питейных заведений, настоящие ценители итальянской кухни приходят именно сюда* (Аргументы и факты, 16 – 22 января, с. 30); *После того как стих политический ураган, сопровождавший региональные выборы-2019, Центральная избирательная комиссия России готовится выступить с рядом предложений к законодателям* (Московский комсомолец, 11 сентября 2019 г., с. 6). *Документ, разработка которого ведётся уже почти два года, предлагает введение обязательной углеродной отчётности для крупных эмитентов, а также возможность введения прочих мер регулирования выбросов на выбор правительства* (Коммерсантъ, 11 сентября 2019 г., с. 2); *С этого года началась реализация комплексного плана развития магистральной инфраструктуры, предусматривающего в том числе значительное ускорение железнодорожного контейнерного транзита* (ibid., с. 10). Ср. примеры из словацких журналов Trend, Profit и Obchod, а также из газеты Pravda: *L. Kamenický povedal, že náhla zmena rastu ekonomiky bude znamenať zníženie daňových príjmov ...* (Trend, 28. august 2019, s. 7); *V barometri TRENDU sa až 80 percent podnikateľov vyjadrilo, že ďalšie zvyšovanie mzdových nákladov bez nárastu výnosov môže byť pre firmy likvidačné* (Trend, 12. septembra 2019, s. 3); *<...> To je problém akútneho nedostatku lekárov. Je to zlyhanie štátu a konkrétne ministrov zdravotníctva, ktorí dostatočne neriešia plánovanie potrebného počtu lekárov do budúcnosti* (ibid., s. 3); *Odkedy sa rozdelila federácia, spustil sa kolotoč porovnávania úspešnosti dvoch nástupníckych štátov: z pohľadu hospodárskeho vývoja, meny, životnej úrovne, zdravotníctva, školstva, verejnej správy, politickej a ostatnej kultúry* (Pravda, 30. august 2019, s. 23); *Záujem zákazníkov o kvety taktiež rastie v súvislosti s frekventovanými menami v kalendári, ako sú napríklad Anna, Jana alebo Alžbeta*. (Obchod, apríl 2018, s. 11 – 12); *“Alou jeme čerstvú buď v jogurtoch, alebo v koktejloch, no vzhľadom na jej blahodarné účinky ma prekvapuje, že sa nekonzumuje aj vo väčších množstvách* (Profit, 6. jún 2018, s. 15); *Dostať sa sem dá trajektom z Tenerife, cesta trvá v závislosti od veľkosti trajektu a spoločnosti 50 – 70 minút* (Trend, 28. jún 2018, s. 83);

6 Тактики актуализации главной информации в оппозиции с тактикой завуалированного высказывания.

Первая тактика реализуется в намеренной парцелляции высказывания (см. также работу З. Недомовой (2013) и Я. Галло (2015)) с целью фокусирования внимания на отдельных смысловых или оценочных компонентах (т. е. делается акцент на главной информации). Ср. русские примеры: *В Чечне уже сажают. Зерновые...* (по Интернету); *Только Волковы (мама – бухгалтер в госкорпорации, папа – плотник-бетонщик) так жить не хотели. Ни ждать, ни смиряться, ни терпеть* (Аргументы и факты, 16 – 22 января 2019 г., с. 12). Ср. словацкие примеры из журналов Téma и Trend: *Na Zemi žijú vyše sto miliónov rokov, sú agresívne, pracovité, nezdolné a úspešné. Mravce.* (Téma, 23. august 2019, s. 5); *Možno sa daný typ vrtuľníka či hasičského auta jednoducho exministrovi páčil. Ako tá motorka* (Trend, 14. júna 2018, s. 3); *Keďže však vycvičiť a držať v pohotovosti toľko mužov bolo namáhavé, tak si Taliani armádu jednoducho vymysleli. A to dokonale* (ibid., s. 35); *Napríklad fond erasmus pre zahraničné štúdiá mladých ide po roku 2020 až na dvojnásobok. Na 30 miliárd eur* (ibid., s. 43); *Huawei tento rok urobil vo svete smartfónov so svojím novým modelom P20 Pro riadny priedan. Hlavne pre zaujímavý dizajn, prémiovú výbavu a predovšetkým unikátny a dokonca aj praktický trojitý fotoaparát* (ibid., s. 76); *Minulý týždeň si na chorvátskom Jadrane každý účastník našiel to svoje. Jadranskú energiu, jachtársku atmosféru, duch súťaženia, ale aj zábavu a*

networking (ibid., s. 80); *Podľa Biblie ňou* (rastlinou Aloe Vera, pozn. autora) *pred pohrebom údajne potreli aj telo Ježiša Krista. Krv bohov, rastlina nesmrteľnosti* (Profit, 6. júna 2018, s. 12); *Bryndzové pirohy, hovädzí guláš, vyprázané rezne s roztláčanými zemiakmi, kapustové strapačky či tatarák na hrianke. Slovák má rád domáce chute* (ibid., s. 68); *V roku 2013 sa Martin vydal na svoju dvojmesačnú cestu po Mongolsku, prvú sólovú* (ibid., s. 72); *V rôznych krajinách, ako napríklad v Nemecku, nie je veľa ľudí, ktorí by podporovali záchranné finančné programy. Ani na Slovensku* (Trend, 28. júna 2018, s. 25); *Aj ak by ste si to hneď kúpili, tak s tou zvyšnou prácou sa vyšplháte aj na pol milióna. Bez testovania, cestovania a letenky na rakete* (ibid., s. 15).

Тактика завуалированного высказывания (замаскированная информация) нацелена на намеренное утаивание главной информации, говорящий рассчитывает на неясность, непонятность (тактика «ответа без ответа»). Эта тактика реализуется с помощью специальной лексики, непонятной массовой аудитории и т. п. В российском дискурсе, например, библейское *Имеющий уши, да услышит*. Или в современном выражении *сообразит* (по Интернету); *Вы, обычный человек, должны приобрести этот продукт, чтобы вокруг вас царил такая же атмосфера уюта, радости и счастья* (по Интернету); В словацком дискурсе мы нашли следующие примеры: *Extrapolácia trendov je však riziková stratégia* (Trend, 12. septembra 2019, s. 3); *Bál sa nekončí, mení sa len hudba* (ibid., s. 3); *Slovenská vláda sa zahráva s ohňom* (ibid., s. 3); *Len tak na okraj, labouristická vláda by bola pre Britániu tragédiou oveľa väčšou než akýkoľvek brexit* (Týždeň, 9. september 2019, s. 23).

7 Риторическая тактика

Она реализуется с помощью риторического вопроса в начале, в середине или в конце статьи. Ср. примеры в словацкой и русской прессе в начале авторской статьи, например: *Automatizácia – hrozba alebo príležitosť pre trh práce?* (Trend, 28. augusta 2019, s. 37); *Может ли банк «совсем простить» клиенту небольшой долг? <...>* (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 5); *Мы спалили Сибирь, спалили русский лес, который воспевал Леонид Леонов. Почему с ним так безжалостно обоились? <...>* (там же, с. 3), в конце авторской статьи, например: *V pondelok portál pluska.sk informoval, že ti* (R. Kaliňákov, pozn. autora) *jeden unikátny stroj za 190-tisíc poslal neznámu darca. Čo ak to bol niektorý z dodávateľov ministerstva vnútra?* (Trend, 14. júna 2018, s. 3); *Вы не должны молчать! Как власть узнает о ваших проблемах, если вы о них молчите?* (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 5); *Ни для кого не секрет, что большинство высокопоставленных партийцев – люди с истекающим сроком хранения. Смогут ли они высидеть из своих партийных яиц качественных птенцов и научить их чирикать по-новому за два года, оставшихся до выборов в Госдуму?* (там же, с. 5), в середине авторской статьи: *Logická obava: Ak vyvoláte dážď v jednej lokalite, neukráťte oň inú? <...>* (Trend, 28. júna 2018, s. 75); *Napríklad ľudia pracujúci v médiách či bankovníctve môžu prejsť iba ku konkurencii. Možno o nich povedať, že urobili neetické rozhodnutie? pýta sa E. Sulovcová* (Trend, 28. augusta 2019, s. 35); *<...> A ako teda vyberať?* (kniha na dovolenku, pozn. autora) *<...>* (Trend, 28. júna 2018, s. 87); *В результате им всё время не хватает денег, и федеральный центр вынужден давать дотации регионам, а те – районам. Зачем мы себя обманываем? Всё равно школы и больницы должны работать* (Аргументы и факты, 4 – 10 сентября 2019 г., с. 5).

Выводы

Речевая стратегия – это планирование и реализация основных задач речевого воздействия в нужном для говорящего направлении. Коммуникативная стратегия

рассматривается как использование речевой стратегии совместно с экстралингвистическими компонентами.

Речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей. Одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии, называют речевой тактикой, которая имеет динамический характер и обеспечивает гибкость стратегии, оперативное реагирование на ситуацию. Соотношение понятий стратегия и тактика является близким, так как значение любого высказывания определяется двумя базовыми принципами: целевой установкой говорящего и коммуникативным контекстом, мотивирующим тактический выбор.

Использование каждой из указанных речевых тактик вносит свой вклад в достижение главной коммуникативной цели газетного текста – воздействию на адресата с целью формирования определённого общественного мнения, определённой позиции по какой-то определённой проблеме.

В ситуациях бытового общения действуют одни речевые тактики, в деловой сфере другие, в газетном тексте третьи. Причём речевые тактики разных уровней общения могут, с определённой коррекцией, взаимопроникать. При речевом воздействии на различные социальные группы населения следует также выбирать соответствующие речевые тактики, имея ввиду при этом, что ни одна из тех или иных тактик не является универсальной и эффективной на все случаи жизни.

В данном исследовании были рассмотрены некоторые лексические и синтаксические средства выражения речевых стратегий и тактик современного русского и словацкого медиа-дискурса с акцентом на русскую и словацкую прессу.

Литература:

- АЛЕФИРЕНКО, Н. Ф. (2005): *Спорные проблемы семантики*. Москва: «Гнозис».
- БАЛАХОНСКАЯ, Л. В. (2010): Игровая составляющая рекламного дискурса: социокультурный и лингвистический аспекты. In: Н. Х. Орлова (Отв. ред.): *Игровые практики культуры: Научные доклады и сообщения*. Санкт-Петербург: Философский факультет СПбГУ.
- БОРИСОВА, И. Н. (1999): Категория цели и аспекты текстового анализа. In: В. Е. Гольдин (Отв. ред.): *Жанры речи: Сборник научных статей*. Саратов: Изд-во Государственного учебно-научного центра «Колледж», Вып. 2, с. 81–96.
- GALLO, J. (2015): Niektoré tendencie v syntaxi súčasného ruského jazyka. In: Z. Kováčová (ed.): *Slovenčina v kontexte slovanských a neslovanských jazykov*. Nitra: UKF, s. 144–154.
- ГОРОДЕЦКИЙ, В. В. и др. (1990): *Методы решения задач по функциональному анализу*. Киев: Выща школа.
- ГОРЯЧЕВ А. А. (2009): Стратегии создания рекламного образа. In: И. А. Стернин (Науч. ред.): *Коммуникативные исследования 2009: Виды коммуникации. Обучение общению: Продолжающееся научное издание*. Воронеж: Истоки, с. 28–41.
- ДАУЛЕТОВА, В. А. (2004): *Вербальные средства создания автоимиджа в политическом дискурсе (на материале английской и русской биографической прозы)*: Автореф. дис... канд. филол. наук. Волгоград.
- ЗЕРНЕЦКИЙ, П. В. (1988): Лингвистические аспекты теории речевой деятельности. In: И. П. Сусов (Отв. ред.): *Языковое общение: процессы и единицы: Межвузовский сборник научных трудов*. Калинин: Изд-во Калининского государственного университета, с. 36–41.
- ИССЕРС, О. С. (1999): *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Омск: Омский государственный университет.
- ИССЕРС, О. С. (2002): *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва: Едиториал УРСС.
- КАШКИН, В. Б. (2000): *Введение в теорию коммуникации. Учебное пособие*. Воронеж: Воронежский государственный технический университет.

- KESSELOVÁ, J. a kol. (2013): *Spojky a spájacie prostriedky v slovenčine*. Bratislava: Veda.
- КЛЮЕВ, Е. В. (1999): *Риторика: Инвестиция. Диспозиция. Элокуция: Учеб. пособие для вузов*. Москва: Приор.
- KOVÁČOVÁ, Z. (2017): *Kultúrny text ako diskurz. K otázke ontológie percepcie textu pre deti*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre.
- КУРБАТОВ, В. И. (1995): *Стратегия делового успеха. Учебное пособие для студентов вузов*. Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс».
- NEDOMOVÁ, Z. (2013): *Tendence k analytizmu v súčasnej ruštine*. Ostrava: Filozofická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě.
- OLŠIAK, M. (2015): Zrozumiteľnosť, prirodzenosť a ovplyvniteľnosť jazykových prejavov v médiách. In: Z. Kováčová (ed.): *Slovenčina v kontexte slovanských a neslovanských jazykov*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, s. 328–336.
- ПЛАТОНОВА, О. В. – ВИНОГРАДОВ, С. И. (1998): Прагматика и риторика дискурса в периодической печати. Сфера субъекта и выражение оценки In: Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев (Отв. ред.): *Культура русской речи. Учебник для вузов. Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН*. Москва: Издательская группа «Норма-Инфра», с. 253–264.
- СОКОЛОВА, Я. – КОРИНА, Н. (2013): *Человек – Язык – Дискурс*. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing.
- SOKOLOVA, J. (2015): Spojka kým v sémantických a komunikačných súvislostiach. In: *Jazykovedný časopis*, 66/1, s. 17–40.
- SOKOLOVÁ, J. (2017): *Texty – Zobrazenia – Komunikáty*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre.
- SOKOLOVÁ, J. (2019): Egocentriká – výrazy so sémanticko-pragmatickou orientáciou na hovoriaceho. In: *Slovenská reč*, 84/1, s. 10–25.
- SOKOLOVÁ, J. (2018): Sémantika a pragmatika konštrukcií egoprezentácie. In: *Slovenská reč*, roč. 83, No 3, s. 261–276.
- ШВЕДОВА, Н. Ю., гл. ред. (1980): *Русская грамматика. Т. 2. Синтаксис*. Москва: Наука.

Источники:

- ОВСХОД, роč. XXIII, apríl 2018, č. 2, ISSN 1335-2008.
- PRAVDA, роč. XXIX, august 2019, č. 201, ISSN 1335-4051.
- PROFIT, роč. XXV, 6. júna 2018, č. 6, ISSN 1335-4620.
- ТЭМА, роč. III., 23. augusta 2019, č. 34, ISSN 2585-7843.
- TREND, роč. XXVII, 28. júna 2018, č. 26 – 27, ISSN 1335-0684.
- TREND, роč. XXVII, 14. júna 2018, č. 24, ISSN 1335-0684.
- TREND, роč. XXVIII, 28. augusta 2019, č. 34, ISSN 1335-0684.
- TREND, роč. XXVIII, 12. septembra 2019, č. 36, ISSN 1335-0684.
- ТÝЖДЕЊ, роč. XVI, 9. septembra 2019, č. 37, ISSN 1336-5932.
- АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ, 16 – 22 января 2019 г., 41, № 3, ISSN 0204-0476.
- АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ, 4 – 10 сентября 2019 г., 41, № 36, ISSN 0204-0476.
- КОММЕРСАНТЪ, 11 сентября 2019 г., 30, № 164, ISSN 1563-6380.
- МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ, 5 сентября 2019 г., 100, № 7959 ISSN 1562-1987.
- МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ, 11 сентября 2019 г., 100, № 7960 ISSN 1562-1987.

Summary

Some lexical and syntactic realization of speech strategies and tactics in media discourse (on material of the Russian and Slovak press)

The paper is devoted to an issue of lexical and syntactic realization of speech strategies and tactics in Slovak and Russian Media Discourse accenting journalistic texts. The study of communicative strategies and tactics is a very relevant area of modern linguistics. In this paper, a communicative

strategy is understood as a general plan for a comprehensive speech impact on an addressee with the goal of forming (or transforming) his picture of the world. Communicative tactics are interpreted as particular ways, methods and means of implementing the overall strategic plan. The article discusses the implementation of the following means of expressing the speech tactics of modern Russian and Slovak media discourse: 1. The syntactic means of expressing a subjective modality; 2. Solidarity tactics or opposition tactics; 3. The tactics of detailing, or a detailed description in opposition with tactics of saving speech effort (the method of semantic coagulation); 4. Means of expressing the tactics of speech simplification in opposition with the tactics of intentionally complicating the utterance; 5. Tactics of updating the main information in the opposition with the tactics of a veiled statement; 6. Rhetorical tactics. In the last part, some conclusions of presented problems are drawn.

Štúdia vznikla v rámci riešenia grantového projektu VEGA 1/0067/19 Jazykové reflexie sociálnej egoprezentácie a adresácie.