

*Пастернак Т. А.,
ВНЗ «Національна академія управління», м. Київ*

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ ЯК КОНСТИТУТИВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСКУРСУ

У статті висвітлюється проблема комунікативної стратегії як конститутивної характеристики дискурсу. Здійснено аналіз поняття «комунікативна стратегія», визначено головні ознаки комунікативної стратегії та узагальнено існуючі класифікації комунікативно-дискурсивних стратегій у сучасній лінгвістиці.

Ключові слова: комунікативна стратегія, дискурс, конститутивна характеристика дискурсу.

В статье рассматривается проблема коммуникативной стратегии как конститутивной характеристики дискурса. Проведен анализ понятия «коммуникативная стратегия», определены основные особенности коммуникативной стратегии, а также обобщены существующие классификации коммуникативно-дискурсивных стратегий в современной лингвистике.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, дискурс, конститутивная характеристика дискурса.

The article deals with the problem of communicative strategy as constitutive discourse characteristic. The analysis of concept «communicative strategy» is performed, key features of communicative strategy are defined, as well as existing classifications of communicative-discursive strategies in modern linguistics are generalized.

Key words: communicative strategy, discourse, constitutive discourse characteristic.

Дослідження мовної поведінки учасників спілкування неодмінно торкається проблеми комунікативної стратегії як базисної конститутивної характеристики певного типу дискурсу [2; 3; 5; 7; 12]. Поняття комунікативної стратегії становить одне з центральних понять в процесі аналізу будь-якого типу дискурсу, оскільки стратегія є основним складником інтенцій адресанта та інтерпретанти адресата, зумовлюючи інтерактивні характеристики комунікативної ситуації. Зважаючи на це, метою даного дослідження є розгляд проблеми комунікативної стратегії в різних дослідницьких аспектах, що реалізується у виконанні наступних завдань:

1) розкрити базисні підходи до тлумачення самого поняття «комунікативна стратегія» у сучасній дискурсології;

2) визначити основні характеристики комунікативної стратегії з огляду на її роль у дискурсі;

3) узагальнити існуючі класифікації комунікативно-дискурсивних стратегій у сучасній лінгвістиці.

Відповідно до одного з найпоширеніших підходів до тлумачення поняття «комунікативна стратегія» у дискурсології остання визначається як реалізація намірів мовця, його глобальних і локальних цілей: «оптимальна реалізація інтенцій мовця для досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль та вибір дієвих кроків спілкування та їх глибокого видозмінення в конкретній ситуації» [1]; «низка рішень мовця, комунікативних виборів тих чи інших мовних дій та мовних засобів; реалізація набору цілей у структурі спілкування» [4]; «тип поведінки одного з партнерів у ситуації діалогічного спілкування, який зумовлений і співвідноситься з планом досягнення глобальної і локальних комунікативних цілей в межах типового сценарію функціонально-семантичної репрезентації інтерактивного типу» [9]. Такий підхід можна, на нашу думку, умовно позначити як інтенційний, оскільки він пов'язаний з усвідомленням стратегії у ракурсі реалізації інтенції адресанта.

Якщо інтенційний підхід переважно орієнтований на стратегічну програму адресанта, план його мовленнєвих дій, то інший напрям розгляду комунікативних стратегій, не менш поширений у сучасній дискурсології, фокусується на результативності цієї програми (як орієнтований на адресата), її ефективність для комунікації. Його можна позначити як **діяльнісний підхід**, в основі якого лежить категорія результативності / ефективності, що визначає комунікативну стратегію як складник евристичної інтенційної програми планування дискурсу, його проведення й керування з метою досягнення кооперативного результату, ефективності; «ефективні шляхи досягнення комунікативних цілей» [8].

Діяльнісний підхід, спрямований на успішність програми адресанта стосовно адресата, тісно пов'язаний з когнітивним аспектом тлумачення комунікативної стратегії, оскільки ефективність комунікації тією чи іншою мірою має своїм наслідком вплив одного з комунікантів на модель світосприйняття іншого. Відповідно до **когнітивного підходу**, комунікативна стратегія виступає як засіб впливу на сферу світобачення співрозмовника мовними засобами: це свого роду «насилля» над адресатом, спрямоване на зміну його моделі світу, на трансформацію його концептуальної свідомості; «особливий підхід до інтерпретації дискурсу, орієнтований на мовця, що керує використанням лексичного, граматичного, соціолінгвістичного та іншого знання під час відтворення та інтерпретації повідомлень у контексті» [13]; «планування побудови процесу мовленнєвого впливу й реалізація плану» [10]. Такий підхід передбачає аналіз комунікативної стратегії, враховуючи наступні параметри: а) рівень сформованості концептуальної свідомості комунікантів; б) статусно-рольові й психологічні характеристики учасників комунікації; в) рівень володіння лексичними, граматичними, соціально-лінгвістичними та іншими знаннями.

Безумовно, зазначені підходи до тлумачення дискурсивних стратегій зосереджуються на різних аспектах одного й того ж комунікативного явища. Зважаючи на це, найбільш повним, на нашу думку, є визначення комунікативної стратегії, запропоноване І. А. Юшковець, яке поєднує всі три підходи: «це оптимальна реалізація інтенцій мовця, спрямована на досягнення конкретної мети спілкування, узгоджена з особистісними (статусно-рольовими) і психологічними характеристиками учасників комунікативного процесу, що зумовлено комунікативним досвідом, який передбачає підкорення законам і нормам у відповідній сфері комунікації та конкретно змодельованій ситуації спілкування» [12, с. 5].

Іншим ракурсом дослідження проблеми комунікативних стратегій у сучасній лінгвістиці є виявлення ознак стратегії як дискурсивної характеристики, складника евристичної інтенційної програми планування дискурсу, її реалізація й керування з метою досягнення ефективності. Так, О. С. Іссерс визначає три основні характеристики комунікативної стратегії: прогнозованість, контрольованість, гнучкість [3, с. 93-104].

Крім зазначених характеристик, комунікативна стратегія вирізняється *динамічністю* розгортання, адже під час реалізації вона постійно корегується залежно від мовних кроків учасників комунікації та контексту дискурсу, який постійно поповнюється та видозмінюється. Особливістю розгортання комунікативної стратегії є кореляція комунікативного кроку, що реалізується в момент інтеракції, з попередніми кроками та його вплив на наступні комунікативні дії.

На думку О. Шейгал та Ю. Іванової, найважливішими ознаками комунікативної стратегії є *цілеспрямованість, системність та інтерактивність*. Цілеспрямованість стратегії проявляється в тому, що вона завжди переслідує чітку визначену ціль. Системність визначається множинністю взаємопов'язаних дій, спрямованих на досягнення цілі. Інтерактивність впливає з уже зазначеної нами дискурсивної ознаки комунікативної стратегії – динамічності, оскільки «стратегія не реалізується, а створюється / корегується, зважаючи на зворотню мовленнєву реакцію співрозмовника» [11].

Не менш важливою характеристикою комунікативної стратегії є, на нашу думку, її *ритувалізований характер*, «коли певні стратегії й відповідні їм цілі та умови діяльності закріплюються за тими чи іншими соціальними інститутами» [4, с. 193], що особливо важливо для дослідження інституційного дискурсу.

Однією з найважливіших характеристик стратегії в сучасній дискурсології є її усвідомлення як *когнітивного* і, водночас, *прагматичного* явища. Зокрема, стратегія визначається як когнітивна програма здійснення інтеракції, пов'язана з операціями над знаннями адресата і спрямована на зміну його моделі світу, трансформацію концептуальної свідомості. Когнітивна складова стратегії забезпечується взаємною орієнтацією комунікантів на спільній фреймовій структурі. Під час дослідження стратегії як прагматичного явища першочерговим є урахування соціально-рольового статусу інтерактантів, мети комунікації, прогнозування потенційної реакції адресата.

Ознакою комунікативної стратегії у сучасних дослідженнях з дискурсології є врахування її «*двоєдиного*», «*двовекторного*» характеру. Дискурсивна стратегія пов'язана водночас з інтенцією адресанта та з інтерпретацією адресата, завжди враховуючи його зворотню інтерпретуючу позицію.

Дискусійною у сучасній дискурсології залишається проблема класифікації комунікативних стратегій. Так, стратегії як сукупність цілеспрямованих дій у розгортанні дискурсу можуть бути різними за своєю природою: Т. ван Дейк та В. Кінч [2, с. 153-211] виокремлюють *пропозиційні стратегії, стратегії локальної когеренції, продукційні стратегії та макростратегії*. Іншими дослідниками виокремлюються *схематичні сценарні, стилістичні та розмовні стратегії* [4, с. 193].

Визначаючи типологію комунікативних стратегій, О. Іссерс бере за основу інтенційно-жанровий тип комунікативної дії і виділяє *головні* (семантичні / когнітивні) та *допоміжні* стратегії. *Головні стратегії* є найбільш значимими на певному етапі комунікативної взаємодії з точки зору ієрархії мотивів та цілей і переважно пов'язані з впливом на адресата, його модель світу, систему цінностей та поведінку. *Допоміжні стратегії* сприяють ефективній організації діалогової взаємодії, оптимальному впливу на адресата. [3, с. 106-109].

На думку більшості вчених, універсальна типологія комунікативних стратегій, яку можна застосувати до всіх сфер спілкування, мало ймовірна, або можлива як дуже узагальнена. Прикладом такої типології є визначення стратегій позитивної та негативної ввічливості у ракурсі феномену «обличчя та ввічливості» П. Браун та С. Левінсона.

Зазвичай опис комунікативної стратегії враховує характеристики комунікативної ситуації та сфери спілкування комунікантів. Тому, як відзначає М. О. Олешков, найбільш повними типологіями комунікативних стратегій є ті, котрі «прив'язані» до певного типу дискурсивної взаємодії або сфери комунікації [6, с. 134]. Отже, інституційні ознаки дискурсу є визначальними для виокремлення та опису відповідних комунікативних стратегій.

Перспективою подальших розвідок у напрямку дослідження комунікативних стратегій можуть стати інтердискурсивні ознаки інституційних та неінституційних дискурсів у ракурсі їх впливу на вибір стратегій комунікантів.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. / Ф. С. Бацевич. – [2-ге вид. доп.]. – К. : Видавничий центр «Академія», 2009. – 376 с.
2. Дейк ван Т. А. Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. – М. : Прогресс, 1998. – С. 153-211.
3. Іссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Іссерс. – [5-е изд.] – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
4. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
5. Максимова Н. В. К основаниям типологии коммуникативных стратегий чужой речи / Н. В. Максимова. // Исследования по семантике и прагматике языковых единиц. – 2005. – Уфа : Вагант, 2005. – С. 109-114.
6. Олешков М. Ю. Моделирование коммуникативного процесса : [Монография] / М. Ю. Олешков – Нижний Тагил, 2006. – 342 с.
7. Пастернак Т. А. Комунікативні стратегії і тактики дискурсу «співбесіда при прийомі на роботу» / Т. А. Пастернак // Studia Linguistica : Зб. наук. пр. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – Вип. 5. – Ч. 2. – С. 363-367.

8. Почепцов Г. Г. О коммуникативной типологии адресата / Г. Г. Почепцов. // Речевые акты в лингвистике и методике. – Пятигорск : Изд-во ПГПИИЯ, 1986. – С.10-17.
9. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
10. Тарасова Е. В. Речевая системность в терминах лингвопрагматики. / Е.В. Тарасова // Вісник Харківського нац. ун-ту., 2000. – № 471. – С. 273-279.
11. Шейгал Е. И. Предвыборные теледебаты как жанр стратегической коммуникации [Электронный ресурс] / Е. И. Шейгал, Ю. М. Иванова. – Режим доступа : filologija.vukhf.lt10/doc/1.2SheigalRED_VM.doc
12. Юшковець І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / І. А. Юшковець. – Донецьк, 2008. – 23 с.
13. Gumperz J. J. Individual and social differences in language use. / J. J. Gumperz, D. Tannen. // Individual differences in language ability and language behaviour. / C. J. Fillmore, D. W. S. Kampler. – L.; N. Y. : Acad. Press, 1979. – P. 303-326.