

Науковий керівник: к.ф.н., доц. Сапожник І.В.

ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Анотація. У статті аналізуються існуючі підходи до визначення комунікативної стратегії та проводиться огляд найпоширеніших її класифікацій. Узагальнюючою дефініцією цього явища є оптимальна реалізація інтенцій мовця для досягнення мети спілкування, а його класифікаційні ряди включають схематичні сценарні, стилістичні та розмовні стратегії, не-/кооперативні, основні та допоміжні стратегії, усвідомлені та підсвідомі, а також презентацію, маніпуляцію, конвенцію.

Ключові слова: комунікативна стратегія, кооперація, конфронтація, основна стратегія, допоміжна стратегія, психологічна орієнтація.

Summary. *The article aims at summarizing the existing definitions of a communicative strategy as well as outlining its main existing classifications. The communicative strategy is a complex notion forming a large field for scientific investigations. It has been in the center of attention of both Ukrainian and foreign scholars. According to the most general definition, a communicative strategy may be termed as an optimal fulfillment of the speaker's intention aiming at reaching a certain communicative goal. It influences the intellectual, voluntary, and emotional sphere of the addressee, and embraces the whole communicative process, realizing it under certain communicative conditions, also depending on speakers' personalities.*

The key characteristics of a communicative strategy are: controllability, predictability, dynamism, being goal-oriented, systematic character, interaction, and flexibility. Thus, the efficiency of the communicative strategy can be estimated through the number of goals it has reached being applied, simultaneously bearing in mind that it is not always cooperation which is the aim to be achieved.

The problem of a communicative strategy classification has been arousing debates among linguists and discourse scientists for decades. Within a range of the frequently used classifications, one can mention propositional, local coherent, productive, and macro strategies. Other linguists elaborated schematic scenarios, stylistic and speech strategies. One of the most popular subdivisions of this phenomenon is into cooperative and uncooperative ones. From the functional point of view, communicative strategies may be divided into the main and supplementary ones, the former comprising semantic and cognitive and the latter including pragmatic, dialogical, and rhetorical ones.

Key words: communicative strategy, cooperation, confrontation, main strategy, supplementary strategy, psychological orientation.

Мета роботи – узагальнити існуючі підходи до визначення поняття “комунікативна стратегія” та розглянути її існуючі класифікації.

Питання стратегій і тактик комунікантів висвітлене у працях як вітчизняних, так і зарубіжних мовознавців (А. Д. Белова [2], І. М. Борисова [3], Т. А. ван Дейк [5], С. Дерієн [14], О. С. Іссерс [8]).

Комунікативна стратегія є складним поняттям, яке репрезентує широке поле для наукових розвідок.

Поняття комунікативної стратегії є одним з основних у процесі дискурс-аналізу, оскільки вона є основним складником інтенцій адресата і зумовлює інтерактивні характеристики комунікативної ситуації.

Відповідно до одного з найпоширеніших підходів до тлумачення поняття Ф. С. Бацевичем комунікативна стратегія у дискурсології визначається як “оптимальна реалізація інтенцій мовця для досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль та вибір дієвих кроків спілкування та їх глибокого видозмінення в конкретній ситуації” [1].

М.Л. Макаров визначає комунікативну стратегію як “низку рішень мовця, комунікативних виборів тих чи інших мовних дій та мовних засобів; реалізацію набору цілей у структурі спілкування” [9].

О.О. Селіванова описує комунікативну стратегію як “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” [10].

Як бачимо, зазначені дефініції дискурсивних стратегій зосереджуються на різних аспектах одного й того ж комунікативного явища. Таким чином, найбільш повним, на нашу думку, є визначення комунікативної стратегії, запропоноване І. А. Юшковець: “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” [13, с. 5].

О. С. Іссерс називає три основні характеристики комунікативної стратегії: прогнозованість, контрольованість, гнучкість [7, с. 93 – 104].

Окрім вищезазначених характеристик, комунікативна стратегія вирізняється динамічністю розгортання, оскільки під час реалізації вона постійно змінюється в залежності від мовних кроків комунікантів та контексту дискурсу, який увесь час видозмінюється. Особливістю розвитку комунікативної стратегії є також співвідношення комунікативного етапу, що реалізується в момент взаємодії, 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” [11].

Таким чином, ефективність комунікативної стратегії можна оцінювати за кількістю цілей, що були досягнені завдяки її використанню, пам’ятаючи при цьому, що співпраця не завжди є метою комунікації.

Отже, метою комунікативної стратегії є вплив на інтелектуальну, вольову та емоційну сферу адресата для досягнення комунікативної мети. Стратегія мовної поведінки охоплює всю сферу побудови процесу комунікації та планує і реалізує його залежно від певних умов спілкування та особистостей комунікантів.

Проблема класифікації комунікативних стратегій досі викликає дискусії у сучасній дискурсології.

Так, Т. ван Дейк та В. Кінч виокремлюють “пропозиційні стратегії, стратегії локальної когеренції, продукційні стратегії та макростратегії” [6].

М.Л. Макаров виокремлює схематичні сценарні, стилістичні та розмовні стратегії [9, с. 193].

На думку О.С. Іссерс, кінцевою метою будь-якої мовленнєвої стратегії є корекція моделі світу адресата. Дослідниця на основі головної мети мовця поділяє мовленнєві стратегії на “кооперативні (стратегії схвалення, втішання, вмовляння) та некооперативні (конфронтаційні) (стратегії дискредитації, сварки), а також із функціональної точки зору на основні (семантичні, когнітивні) та допоміжні (прагматичні, діалогічні, риторичні)” [7, с. 104].

Основною стратегією дослідниця вважає таку, яка «на певному етапі комунікативної взаємодії є найбільш значущою з точки зору ієрархії мотивів і цілей. До них відносяться такі, що безпосередньо пов'язані з впливом на адресата, його світобудову, систему цінностей, поведінку» [7, с. 106].

Допоміжна ж стратегія сприяє «ефективній організації діалогічної взаємодії для оптимального впливу на адресата» [там само]. Такі компоненти комунікативної ситуації, як автор, адресат, канал зв'язку, контекст є стратегічно значущими.

У зв'язку з цим Т.В. Шмельова згадує стратегію самопрезентації, статусні та рольові стратегії, такі, що емоційно налаштовують, тощо. Саме комунікативна ситуація диктує вибір мовленнєвого акта, оптимального з точки зору того, хто говорить [12].

Розглянуті вище стратегії дослідниця об'єднує в один клас прагматичних (комунікативно-ситуаційних стратегій) [там само].

Для контролю за організацією діалогу використовуються діалогові стратегії, що використовуються для моніторингу теми, ініціативи, ступеня розуміння у процесі спілкування.

Окремим типом виступають риторичні стратегії, в межах яких використовуються різноманітні прийоми ораторського мистецтва та риторичні техніки ефективного впливу на адресата.

Таким чином, до допоміжних відносяться прагматичні, діалогові та риторичні типи стратегій.

І. М. Борисова пропонує поділяти комунікативні стратегії на “усвідомлені, зорієнтовані на досягнення практичної мети, та підсвідомі, які не визначаються осмисленим планом, у їх основі лежить психологічна орієнтація мовців”. Останні можуть бути трьох типів:

1) регулятивна стратегія (мета якої викликати бажані зміни в сфері поза контекстом комунікації);

2) дистальна стратегія (її мета поінформувати співрозмовника про факти та події об’єктивної реальності);

3) модальна стратегія (мета – висловити свої почуття та емоції, комунікативні інтенції щодо комунікативної ситуації) [3].

За рівнем відкритості, симетрії і способу комунікації С.А. Дацюк виділяє наступні: “презентація, маніпуляція, конвенція” [4].

Таким чином, комунікативні стратегії є складним різнобічним явищем, яке входить до багатьох класифікаційних рядів.

Перспективами подальших студій у цій сфері може стати дослідження використання цих типів комунікативних стратегій в текстах різних жанрів.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр „Академія”, 2009. 376 с.
2. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. Мовні і концептуальні картини світу. 2004. Вип. 10. С. 11–16.
3. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге. Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург: АРГО, 1996. С. 21–48.
4. Дацюк С. А. Коммуникативные стратегии. URL: http://xyz.org.ua/discussion/communicative_strategy.html
5. Дейк ван Т. А. Стратегии понимания связного текста. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Москва : Прогресс, 1998. С. 153 – 211.
6. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской

- речи. Москва : Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
8. Иссерс О. С. Речевое воздействие. Москва: ФЛИНТА: Наука, 2013. 240 с.
 9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва : ИТДГК „Гнозис”, 2003. 280 с.
 10. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
 11. Шейгал Е. И. Предвыборные теледебаты как жанр стратегической коммуникации. URL: filologija.vukhf.lt10/doc/1.2SheigalRED_VM.doc
 12. Шмелева Т. В. Речевой жанр: возможности описания и использования в преподавании языка. Русистика. №2. Берлин, 1990. С. 20 – 32.
 13. Юшковець І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови”. Донецьк, 2008. 23 с.
 14. Darian S. Impact: Writing for Business, Technology and Science. К.: Akadempriodyka, 2012. 232 p.