

Я. О. Кондратенко

Житомирський державний університет

імені І. Франка

Науковий керівник:

к. ф. н., доц. Савчук І. І.

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ Й ТАКТИКИ ВИРАЖЕННЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ В СУЧАСНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ

Мова є суспільним явищем, оскільки її створює й розвиває соціум, а з іншого боку визначає функціонування суспільства. Вона виражає соціальні ролі, які створені всередині суспільства. Людина сприймає світ через свідомість, мова допомагає передавати досвід, номінувати речі навколо нас. Н. Хомський вважав, що мова – це натренована навичка, що розвивається в залежності від території оточення та інших соціальних та географічних чинників. Вивчення мови в її використанні в ситуаціях спілкування займається комунікативна лінгвістика.

Мовна комунікація є упорядкованим явищем, яке ґрунтується на плануванні мовленнєвих дій та виборі оптимального способу досягнення мети (цілей) комунікантів. Це дає підстави розглядати мовну комунікацію як стратегічний процес, результатом якого є комунікативна стратегія.

Мета дослідження: визначити поняття комунікативних стратегій і тактик і їх особливості користування в ситуації вираження толерантності.

Комунікативна лінгвістика – галузь науки про мову, яка вивчає всі фактори, що можуть впливати на комунікацію. Предметом комунікативної лінгвістики як науки є процеси спілкування людей з використанням живої природної мови, а також з урахуванням усіх складових комунікації: фізичних (час, місце, розташування); фізіологічних (голос, зовнішність, тембр, темп); психологічних (темперамент, характер, індивідуальні особливості); соціальних (вік, статус, стать, сфера діяльності); ситуативних (стратегії спілкування)

Комунікація (від лат. *communicatio* — єдність, передача, з'єднання, повідомлення, пов'язаного з дієсловом лат. *communico* — роблю спільним, повідомляю, з'єдную, похідним від лат. *communis* — спільний) — це процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.

Комунікативна стратегія [4] (грец. *військо і веду*) – головна лінія мовленнєвої поведінки в межах конкретної комунікативної події, що визначається загальною метою комунікації, ситуативним контекстом і уявленнями про адресата. З огляду на варіативність мовленнєвої поведінки у комунікативній стратегії вбачають добір мовних ресурсів та адаптацію їх до умов комунікації з метою ефективного впливу на адресата.

Сучасна дослідниця Тетяна Янко вважає, що комунікативна стратегія полягає у виборі комунікативних намірів і розподілі квантів (часток) інформації за комунікативними складовими. За Т. Янко, комунікативна стратегія охоплює:

- 1) вибір глобального мовленнєвого наміру (намір констатувати факт, поставити питання, звернутися з проханням тощо);
- 2) добір компонентів семантики речення та екстралінгвістичної конситуації, що відповідають модифікаційним комунікативним значенням;
- 3) визначення обсягу інформації, що припадає на одну тему, одну рему тощо;
- 4) співвіднесення квантів інформації про ситуацію зі станами свідомості співрозмовників і фактором емпатії;
- 5) визначення певної послідовності комунікативних складових;
- 6) налаштування комунікативної структури висловлювання на певний комунікативний режим (діалогічний, режим озвучування писемного тексту типу прогнозу погоди або новин), стиль (епічний, розмовний) і жанр (вірш, анекдот, лозунг, реклама, лекція тощо).

Отже, комунікативна стратегія передбачає комплекс заходів, необхідних для досягнення цілей і розрахованих на певний перлокутивний ефект.

Мовленнєвий акт (МА) — цілеспрямована мовленнєва дія, що здійснюється згідно з принципами і правилами мовленнєвої поведінки, прийнятими в даному суспільстві; мінімальна одиниця нормативної соціомовленнєвої поведінки, що розглядається в межах прагматичної ситуації. Оскільки мовленнєвий акт — це вид дії, то при його аналізі використовуються по суті ті ж категорії, які необхідні для характеристики і оцінки будь-якої дії: суб'єкт, мета, спосіб, інструмент, засіб, результат, умови, успішність тощо. Залежно від обставин або від умов, в яких здійснюється мовленнєвий акт, він може або досягти поставленої мети і тим самим виявитися успішним, або не досягти її. Щоб бути успішним, мовленнєвий акт як мінімум повинен бути доречним, інакше його супроводжує комунікативна невдача. [3]

Мовленнєві акти чи іллокутивні типи висловлювань Г. Г. Почепцов називає *прагматичними типами речень*. [2] В цій теорії вирішальним для віднесення висловлювання до того чи іншого прагматичного типу є характер прагматичного компонента, який дозволяє встановити типологію не тільки з урахуванням іллокутивної мети, а й способу її досягнення. До класифікації включаються:

1. констативи (речення-ствердження);
2. промісиви (речення-обіцянки);
3. менасиви (речення-погрози);
4. директиви (речення-спонукання адресата до дії);
5. перформативи (речення, вимовляючи яке, мовець виконує дію);
6. квеситиви (питальне речення в його традиційному розумінні). [1]

Основними рисами МА є інтенціональність, цілеспрямованість і конвенціональність. [1]

МА завжди співвіднесені з особою мовця і є складовою комунікативного акту поряд з актом адитивним (тобто комунікативною дією слухача) і комунікативною ситуацією. [3]

Т. Толмачова пропонує типологію комунікативних стратегій, що ґрунтується на групах мовленнєвих актів, об'єднаних схожими комунікативними функціями: обмін інформацією, оцінювання, вираження емоцій, спонукання тощо. Цю типологію формують:

- 1) інформативна комунікативна стратегія – сукупність мовленнєвих дій, націлених на повідомлення / отримання необхідної інформації, що здійснюють прямий або прихований вплив на вербальну / невербальну поведінку співрозмовника " *The new research, led by Carnegie Mellon's Michael Murphy, reveals the important role that hugs can play in buffering against the negative impact of interpersonal conflict such as disagreements and arguments.*", [6] спрямовані на усвідомлення мовцем ситуації спілкування, надаючи йому певну свободу вибору мовленнєво-поведінкової тактики: повідомлення інформації, вираження згоди / незгоди, запит інформації, вираження прихованого волевиявлення;
- 2) оцінно-впливова комунікативна стратегія – сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на здійснення аксіологічного впливу на співрозмовника, вербальне вираження емоційної оцінки, стану, думки, будування бажаних для мовця асоціацій та порівнянь, прагнення створити необхідну комунікативну атмосферу, апеляцію до цінностей, настанов співрозмовника, вербалізацію оцінних суджень та емоцій, що їх супроводжують;
- 3) емоційно-впливова комунікативна стратегія – сукупність мовленнєвих дій, які виражають емоційний стан співрозмовника: схвалення, похвала, оцінне судження – думка, симпатія, антипатія " *Presidents Obama and Putin have history of awkward encounters but this week they hit new lows. As they eventually clinked glasses at the UN on Monday, Mr Obama did so through gritted teeth. Mr Putin, who within 48 hours was to issue surprise orders to the US to clear the Syrian skies, smirked.*" [8], радість, утіха, щастя тощо. Реалізуючи цей тип комунікативних стратегій, мовець намагається змінити психоемоційний стан співрозмовника або спонукати його до виконання якоїсь дії;
- 4) регулятивно-спонукальна комунікативна стратегія – тип або лінія поведінки одного з комунікантів у конкретній ситуації спілкування, що співвідноситься з планом досягнення глобальних/локальних комунікативних цілей у межах усього сценарію функціонально-семантичної репрезентації інтерактивного типу і пов'язана з інтенцією автора персуазивного (переконливого) повідомлення. Спрямована вона на керування поведінкою партнера, виражає безпосереднє спонукання до здійснення дії (порада, прохання, скарга " *I'm amazed the writer has to puzzle over this one when the reason is quite literally bang in everyone's face: Britain is simply too crowded, and getting more so by the day. The citizens of modern Britain are like any other colony of mammals confined in a small space, gnashing their teeth at others as they sit in their traffic jams and squeeze on to their trains.* " [7], вимога, наказ, аргументація тощо);
- 5) конвенційна комунікативна стратегія, яка може бути двох типів: соціально-конвенційна комунікативна стратегія (встановлення, розвиток, підтримання, розмикання контакту) і комунікативна стратегія організації

мовленнєвого висловлювання та підтримання уваги (правила етикету, вибачення, вираження подяки: *"Thank you. Pray proceed."*, запит додаткової інформації, ввічливе комунікативне переривання: *"Pardon"*, *"Excuse me please"*, запобігання комунікативному перериванню, залучення співрозмовника до процесу спілкування, ухилення від обговорення неприємних для співрозмовника тем тощо).

Комунікативна тактика [4] (грец. мистецтво шиккування військ) – зумовлені стратегією мовленнєві кроки, що в сукупності дають змогу досягти головної комунікативної мети. У природній комунікації існують різні способи досягнення стратегічної мети (за винятком випадків жорстко ритуалізованих мовленнєвих дій). У межах однієї стратегії можна застосувати декілька тактик. Наприклад, умовляти впертого співрозмовника доводиться у різні способи: можна його просити, благодіяти *"Put your loving hand out, baby, I'm beggin. Beggin, beggin you, put your loving hand out, baby"* [9], погрожувати, *"This is the envelope with five orange pips. Within are the very words which were upon my father's last message: 'K. K. K.'; and then 'Put the papers on the sundial'"* [5], апелювати до совісті тощо. Стратегій небагато, вони прокреслюють основний маршрут дискурсу – від задуму комунікації до його реалізації. Тактик велика кількість, вони забезпечують гнучкість комунікації.

У спілкуванні комуніканти часто вдаються до двозначних тактик, які можуть бути кооперативними і конфліктними залежно від того, у межах якої стратегії їх використовують. Насамперед – це тактика брехні. Вона виконує кооперативну функцію за реалізації стратегії ввічливості, мета якої – не нашкодити партнерові, показати його у привабливому вигляді. Водночас ця тактика може бути конфліктною за використання її у межах стратегій конфронтації, наприклад стратегії дискредитації. До двозначних тактик належать також тактики іронії, лестоців, підкупу, зауваження, прохання, зміни теми та ін.

Отже, у реальній комунікації стратегії й тактики перетинаються, накладаються одна на одну залежно від мінливих параметрів дискурсу. Запропоновані типології комунікативних стратегій є певною мірою умовними та неповними. Стратегії людської комунікації утворюють відкритий список і потребують дослідження.

Список використаної літератури:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – Київ: Академія, 2004. – 342 с. – (Альма-матер)
2. Почепцов Г. Г. Основи мовленнєвих актів. / Режим доступу: <https://studopedia.org/6-69877.html>
3. Мовленнєвий акт. / Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%94%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D0%B0%D0%BA%D1%82
4. Стратегія й тактика спілкування. / Режим доступу: http://pidruchniki.com/84456/dokumentoznavstvo/strategiya_taktika_spilkuvannya
5. Arthur Conan Doyle / «The five orange pips»; Авт. вступ. ст. та комент. Е. Гусевой. – Москва: 1965.
6. «The Conversation». / Режим доступу: <https://theconversation.com/the-power-of-hug-cn-help-you-cope-with-conflict-104318>

7. «The Guardian». / Режим доступа: <https://www.theguardian.com/uk/2011/dec/07/angry-britain-readers-responses> Becoming intolerant
8. «The Times» of London / Saturday October 3 2015 | THETIMES.CO.UK | NO 7179
9. Madcon – Beggin (a song).
10. <https://www.theguardian.com/uk/2011/dec/07/angry-britain-readers-responses> Becoming intolerant
11. <https://theconversation.com/the-power-of-a-hug-can-help-you-cope-with-conflict-104318>