

МОВА І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Санду М.П.

студентка,

Науковий керівник: Сивак Л.М.

кандидат філологічних наук, викладач,

Фінансово-економічний коледж

Буковинського державного фінансово-економічного університету

СТРАТЕГІЯ МОВЛЕННЄВОГО СПІЛКУВАННЯ

Доля української мови, в тому числі і як державної, залежить насамперед від долі України як держави. Для всіх народів рідна мова – це не лише засіб спілкування, це – Дім буття, це – національна сутність. В Україні українська мова – це, на жаль, для багатьох фактор відчуження.

Що ж таке комунікативна стратегія і в якому відношенні вона перебуває до українського прагнення будувати свій національний дім?

Якщо розглядати комунікацію як стратегічний комплекс, то комунікативні стратегії є її невід'ємною складовою. Існують різні підходи до визначення комунікативних стратегій і тактик в цілому та в межах політичного дискурсу зокрема. Комунікативну стратегію розуміють як головну лінію мовленнєвої поведінки в межах конкретної комунікативної події, що визначається загальною метою комунікації, ситуативним контекстом і уявленням про адресата. Реалізація комунікативної стратегії здійснюється за допомогою різних тактик – сукупності прийомів і засобів для досягнення поставленої мети.

О. Іссерс наголошує на тому, що мовна комунікація – це стратегічний процес, базою для якого є вибір оптимальних мовних ресурсів. Стратегія мовної поведінки охоплює всю сферу побудови процесу комунікації, коли метою є досягнення певних результатів.

Дейк описує комунікативну стратегію як «ознаку когнітивних планів, які являють собою загальну організацію певної послідовності комунікативних дій і включають ціль або цілі взаємодії, реалізація яких передбачає декілька способів, вибір яких регулюється комунікативною стратегією» [5, с. 330].

Отже, стратегія мовленнєвого спілкування – оптимальна реалізація інтенції мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування та гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації.

Складовими стратегії спілкування є комунікативна інтенція, комунікативна мета, комунікативна компетенція.

Нагадаємо, що комунікативна компетенція – сукупність комунікативних стратегій і комунікативних правил, постулатів, якими володіють учасники спілкування.

«Стратегії спілкування є гнучкими і залежать від прагматичних чинників: віку комунікантів, їх статі, соціальних ролей, національно-культурної належності й передбачають певну комунікативну тактику» [7, с. 308].

Комунікативна мета – стратегічний результат, на який скероване конкретне спілкування, комунікативний акт. Мета багато в чому визначає перебіг спілкування, рух у ньому інформації, взаємодію учасників. Людське спілкування ґрунтується на взаємній необхідності.

Російський лінгвіст Юрій Караулов зазначає: «Недостатність особистості в якомусь аспекті є ніби імпульсом, що спонукає шукати доповнення в іншій особистості» [8, с. 38]. Це і є джерелом комунікативних потреб, які усвідомлено чи неусвідомлено втілюються в комунікативні інтенції.

Комунікативна інтенція – осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму та спосіб її втілення.

Якщо розглядати, наприклад, діалог, то саме завдяки інтенціям він підтримується, членуючись на конкретні відносно завершені частини, що характеризуються досягненням (чи недосягненням) мети спілкування. Саме типом інтенціональності визначається, наприклад, такі типи міжособистісного спілкування, як переконування, аргументація, з'ясування, випитування, обговорення, сварка та інше [4, с. 495].

Серед чинників, що обумовлюють комунікативну інтенцію, найважливішими є:

- 1) мотивація як система мотивів з домінуючим мотивом;
- 2) обставини, умови спілкування, оточення тощо;
- 3) імовірнісний досвід, пов'язаний з моделлю майбутнього, можливістю прогнозування;

Комунікативна тактика – визначена поведінка на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети.

Комунікативні тактики виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення: вони формують складові діалогу (полілогу), групуючи й чергуючи відтінки розмови – оцінку, радість, горе тощо [1, с. 33].

У різних ситуаціях спілкування використовують різні тактики: одні більш дієві в побутовому спілкуванні, інші – у діловій сфері. Комунікативна тактика зумовлена комунікативними намірами.

Комунікативний намір (комунікативне завдання) – тактичний хід, практичний засіб руху до відповідної комунікативної мети. Правильність обраної комунікативної тактики великою мірою залежить від комунікативного досвіду.

Комунікативний досвід – сукупність знань про вдалі та невдалі комунікативні тактики, які сприяють або не сприяють реалізації відповідних комунікативних стратегій.

Складовими стратегії можуть бути також аргументація, мотивація, оцінка, висловлювання емоцій (симпатій, антипатій), міркування вголос, виправдання, підбурювання тощо.

Дослідники розрізняють два типи стратегій спілкування: власне комунікативну та змістову. Власне комунікативна стратегія – це правила й послідовність комунікативних дій, яких дотримується адресант. Змістова стратегія – це покрокове змістова планування мети з урахуванням наявного «мовного матеріалу» (мовного коду) у межах кожного ходу (кроку) у комунікації.

У лінгвістичній літературі виділяють також кооперативні та некооперативні стратегії мовленнєвого спілкування.

Єдиної типології стратегій спілкування немає. Так, Т. Ван Дейк залежно від дискурсів виокремлює такі стратегії: когнітивні, контекстуальні, розуміння, мовленнєві, семантичні, синтаксичні, схематичні, тощо. Він вважає, що саме мовленнєві стратегії визначають загальний «стиль» взаємодії комунікантів, тобто, як і якими засобами може бути досягнута мета [3, с. 312].

Отже, вивчення комунікативних стратегій і тактик посідає важливе місце в сучасній комунікативній лінгвістиці, проте вони не мають однозначної дефініції і типології. Проаналізувавши підходи дослідників до визначення явища мовленнєвих стратегій, можна зробити висновок, що комунікативні стратегії – комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення цілей комунікантів. Використовуючи комунікативну компетенцію, мовець ставить перед собою комунікативну мету і, спираючись на певну комунікативну інтенцію, формує комунікативну стратегію, яка перетворюється (або не перетворюється) на комунікативну тактику як сукупність комунікативних намірів (комунікативних завдань), збагачуючи комунікативний досвід мовця. Залежно від мотивів і цілей, зокрема, а також комунікативної ситуації в цілому, мовці обирають ті мовні засоби, які найбільш відповідають поставленій меті в процесі спілкування.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Я. О. Прагматичні параметри дискурсу мовної особистості: від конфлікту до гармонії / Я. О. Бондаренко // Мова і культура. Культурологічний компонент мови. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2002. – Т. 2. – Вип. 4. – С. 33-41.
2. Гладуш Н. Ф. Прагматичні аспекти висловлювання і дискурсу : навч. посіб. / Н. Ф. Гладуш. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2005. – 200 с.
3. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Дейк ; [пер. с англ. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Дискурс іноземної комунікації : кол. моногр. / К. Кусько, М. Полюжин, Т. Кияк, О. Огуй та ін. – Л. : Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2001. – 495 с.
5. Демьянков В. З. Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации) / В. З. Демьянков // Изв. АН СССР : сер. «Лит. и яз.». – 1982. – Т. 41, № 4. – С. 327-337.
6. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
7. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов ; [2-ге вид., доп.]. – К. : Вид. центр «Київ. ун-т», 1999. – 308 с.
8. Янко Т. Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии / Т. Е. Янко // Вопр. языкознания. – 1999. – № 4. – С. 37-43.