

УДК 007 : 304 : 070

Меренкова В.В.¹, Погребна В.Л.²

¹ студ. гр. СН-317, НУ «Запорізька політехніка»

² д-р філол. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

Проблема вивчення комунікативного впливу тексту на потенційного споживача друкованої продукції залишається в центрі наукових дискусій журналістикознавців, мовознавців, психологів, літературознавців. Чимало досліджень з питань комунікативного взаємозв'язку тексту та реципієнта належить таким вітчизняним ученим у галузі соціальних комунікацій, як: В. М. Галич [1], О. Д. Кузнецова [3], К. С. Серажим [4] та ін.

Первинно термін «стратегія» запозичений з військової науки, це область воєнного мистецтва, що включає теорію і практику ведення війни, воєнних кампаній і великих бойових операцій, у ширшому розумінні – це мистецтво планування чи керівництва, базоване на правильних далекоглядних прогнозах.

З точки зору Т. А. ван Дейка, комунікативну стратегію варто характеризувати перед усім 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» [2, с. 272]. Комунікативна стратегія – модель спілкування, направлена на планування процесу мовлення, результатом якого є досягнення комунікативної мети; комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення цілей адресанта.

Комунікативна стратегія у публіцистиці – це шлях до реалізації задуму, вона передбачає відбір фактів та їх висвітлення з метою впливу на інтелектуальну, вольову та емоційну сферу адресата, вибір тих чи інших мовленнєвих дій та мовних засобів. 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.

У кожній комунікативній ситуації використовується своя комунікативна стратегія, яка сприяє досягненню цілей спілкування. В даному випадку стратегію розглядають як усвідомлення ситуації в цілому, визначення напрямку розвитку і організації впливу в інтересах досягнення цілей спілкування. Стратегія спілкування реалізується в мовленнєвих тактиках, під якими розуміють мовленнєві прийоми, які дозволяють досягти поставлених цілей в конкретній ситуації. В комунікативних ситуаціях побутового спілкування дієвими є одні мовленнєві тактики, в сфері ділового спілкування – інші. При мовленнєвому впливі на різні соціальні групи слід також вибирати відповідні мовленнєві тактики, пам'ятаючи при цьому, що жодна з тактик не є універсальною та ефективною у всіх ситуаціях.

Стратегія – це процес розробки та реалізації комунікативного завдання, яке ставиться з метою ефективного впливу на адресата. Стратегії реалізуються через тактики. Комунікативну тактику розглядають як сукупність практичних способів реалізації комунікативного наміру в реальному процесі мовленнєвої взаємодії. На відміну від комунікативної стратегії, комунікативна тактика співвідноситься, передусім, не з комунікативною ціллю, а з набором комунікативних намірів, які зумовлені різними чинниками.

Тактика, з одного боку, – спосіб мовленнєвого впливу, сукупність мовленнєвих засобів, з іншого боку – шлях реалізації стратегії. У межах однієї стратегії можна виділити декілька мовленнєвих тактик, що працюють

на неї. Комунікативний хід – це конкретний засіб досягнення комунікативної ефекту, заданого в тактичній установці.

Журналістський твір будь-якого жанру – це комунікативно-психологічне явище, складний акт мовної комунікації. Текст – це одиниця комунікативного акту, комунікативна подія, він має комунікативну спрямованість (ціленастанову), значущість, комунікативну структуру, що впливає з комунікативної мети (задуму, мотиву, смислу, інтенції/ наміру), включає комунікативні стратегії і тактики.

К. С. Серажим зазначає, що у загальному підході до розуміння структури публіцистичного тексту комунікативна стратегія «полягає у такому розгортанні тези (основної думки), за допомогою якого не лише можна якнайкраще розкрити зміст, а й вплинути на ситуацію» [4, с. 106]. Вибір загального композиційного типу, прийомів подання фактів, їхнє висвітлення, загальна тональність твору – усе це пов'язано з комунікативною спрямованістю тексту. «Комунікативна стратегія, – зазначає К. Серажим, – зумовлюється цільовою настановою й відображається у плані або в тезах підготовленого мовленнєвого твору» [4, с. 106].

Комунікативна стратегія залежить і від жанру журналістського тексту, домінування в ньому раціонально-логічних чи емоційно-риторичних типів структур, а отже, окреслення певних композиційно-стилістичних параметрів. Основна стратегія журналістського тексту – вплив, причому вплив на масового адресата. Текст, створений за певних обставин з використанням певних стратегій і тактик, залежно від поставленої мети, спрямований на певну аудиторію, яка володіє необхідними фоновими знаннями, називають дискурсом.

Отже, під комунікативною стратегією ми розуміємо сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної цілі. Комунікативну тактику трактуємо як конкретні мовленнєві дії, які сприяють реалізації стратегії. Журналістський твір будь-якого жанру – це комунікативно-психологічне явище, складний акт мовної комунікації.

Комунікативна стратегія впливає на жанр журналістського тексту, його композиційно-стилістичні параметри, домінування в ньому раціонально-логічних чи емоційно-риторичних типів структур, загальну тональність твору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Галич В. М. Олесь Гончар – журналіст, публіцист, редактор : еволюція творчої майстерності : Монографія. К. : Наук. думка, 2004. 816 с.
2. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М. : Прогресс, 1989. 312 с.
3. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації. Львів : ПАІС, 2005. 200 с.

4. Серажим К. С. Структура публіцистичного тексту: загальні підходи до текстологічного аналізу. Наукові записки інституту журналістики. К. : КНУ, 2000. Т. 1 (жовтень-грудень). С. 103–114.