

Сінна Л. Ю.,

*старший викладач кафедри філології, перекладу та мовної комунікації
Національної академії Національної гвардії України*

Радванська Т. І.,

*викладач кафедри філології, перекладу та мовної комунікації
Національної академії Національної гвардії України*

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ ДОМІНУВАННЯ В АСПЕКТІ ЛІНГВІСТИЧНОГО ОСМИСЛЕННЯ

Анотація. У статті проаналізовано комунікативну стратегію домінування в аспекті лінгвістичного осмислення із метою виявлення способів реалізації уявлень про домінування в українській мові. З'ясовано, що мовна реалізація національних уявлень про домінування здійснюється двома способами: за допомогою мовних одиниць, що позначають це поняття або асоціативно чи логічно пов'язані з ним, і через комунікативні тактики, які використовують носії мови. У статті запропоновано модель дослідження комунікативної стратегії домінування в українській мові.

Ключові слова: домінування, комунікативна стратегія, комунікативні тактики, реалізація, модель дослідження.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку лінгвістики характеризується поглибленим інтересом до проблем комунікації. Комунікативними інструментами виступають різноманітні стратегії, за допомогою яких досягається мета спілкування. Однією з таких стратегій є стратегія домінування. Стратегія домінування є досить поширеною, вона регулює стосунки між людьми в симетричних і асиметричних ситуаціях.

Актуальність виявлення особливостей комунікативної стратегії домінування пояснюється загальною орієнтованістю цієї проблеми на теорію і практику мовної комунікації, встановлення чинників, що забезпечують її успішність, а також соціолінгвістичними факторами сьогодення в Україні.

Питанням про аналіз ступеня вивченості проблеми засвідчив, що комунікативна стратегія домінування досліджена мало, а стосовно її реалізації в українській мові означене питання ще не розглядалося. Відповідно вбачаємо необхідність в розробці стратегії дослідження цієї стратегії в українській мові.

Мета роботи – обґрунтувати модель дослідження комунікативної стратегії домінування в українській мові.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи комунікацію як процес створення та передачі значущих повідомлень двох або більше учасників, передусім необхідно розглянути поняття комунікативної поведінки. Комунікативна поведінка розуміється як «сукупність норм і традицій спілкування певної групи людей» [1, с. 76]. Вперше цей термін було використано 1989 року в праці І.А. Стерніна «Про поняття комунікативної поведінки», і відносився він до національної комунікативної поведінки [2].

Комунікативну поведінку будь-якої соціальної групи, осіб або окремої особистості має бути описано цілісно, комплексно, у системному аспекті. Для цього необхідне дослідження комунікативної поведінки в тих факторах і параметрах, які демонструють найяскравішу специфіку спілкування в тій чи іншій малій соціальній групі. Варіантом реалізації комунікативної поведінки є мовні стратегії і тактики.

У сучасній науці є декілька різних підходів до визначення поняття мовної стратегії. О.Я. Гойхман і Т.М. Надеїна під мовною стратегією розуміють «усвідомлення ситуації в цілому, визначення напрямів розвитку і організації впливу в інтересах досягнення мети спілкування» [3, с. 154]. У навчальному посібнику Є.В. Ключова «Мовна комунікація: успішність мовної взаємодії» під комунікативною стратегією розуміється «сукупність запланованих теоретичних кроків, спрямованих на досягнення комунікативної мети» [4, с. 18]. А.П. Сковородніков дає таке визначення поняттю мовної стратегії: «Мовна стратегія – це загальний план, або “вектор”, мовної поведінки, який виражається у виборі системи осмислених поетапних мовних дій, лінія мовної поведінки, яка прийнята на основі усвідомлення комунікативної ситуації в цілому і спрямована на досягнення кінцевої комунікативної мети в процесі мовного спілкування» [5, с. 6]. О.І. Іссерс поняття мовної стратегії розглядає з лінгвістичної позиції і визначає як «специфічні способи мовної поведінки, які виконуються під контролем “глобальних намірів”» [6, с. 104], використовуючи дослідження лінгвістичних та інтернаціональних характеристик, індикаторів мови, за якими можна визначити, як і якими засобами можуть бути досягнені цілі спілкування. Останнє визначення цього поняття і є головним у нашому дослідженні.

Варто зазначити, що, як правило, будь-яку стратегію визначає макроінтенція одного або всіх учасників діалогу. Стратегія пов'язана з пошуками спільної мови і використання основ діалогічного співробітництва: цей вибір тональності спілкування, вибір мовного способу реального ходу подій.

О.І. Іссерс пропонує таку типологію мовних стратегій. Залежно від ступеня «глобальності намірів» мовні стратегії можуть характеризувати конкретну розмову з конкретною метою і можуть бути загальними, які спрямовані на досягнення більш загальних соціальних цілей (встановлення і підтримання статусу, демонстрація влади, підтвердження солідарності з групою). У зв'язку з цим розрізняють загальні і приватні стратегії [6].

Вичерпна класифікація приватних стратегій досить складна через велику кількість комунікативних ситуацій. Класифікація загальних комунікативних стратегій залежить від обраних причин.

Реалізація плану спілкування (мовної стратегії) допускає різні способи його реалізації. Якщо мовну стратегію розуміти як сукупність мовних дій, спрямованих на вирішення загальної комунікативної задачі мовця, то мовною тактикою варто вважати одну або декілька дій, які сприяють реалізації стратегії. Таким чином, кожна мовна стратегія характеризується певним набором мовних тактик. Мовна тактика – це конкретний мовний хід у процесі здійснення мовної стратегії; мовна дія, що

відповідає тому чи іншому етапу в реалізації мовної стратегії і спрямована на вирішення приватного комунікативного завдання цього етапу [5, с. 7].

Імовірно, мовний вчинок, комунікативна тактика, комунікативна стратегія співвідносяться як «що», «як» і «у якій послідовності». Комунікативна стратегія не замінює собою мовну поведінку – послідовність мовних вчинків. Це певна матриця, яка накладається на мовну поведінку, структурує її в аспекті цілеспрямованості. Реалізація сукупної послідовності мовних тактик покликана для досягнення комунікативних цілей спілкування (конкретної інтеракції).

Розглянемо способи реалізації комунікативної стратегії домінування. Перш за все необхідно зрозуміти сутність поняття «домінування». Варто зазначити, що поняття «домінування» по-різному інтерпретується науковцями. У психології домінування – це прагнення домогтися задоволення власних інтересів у збиток збереження стосунків. В економіці домінування (від лат. *dominarius* – переважання) – головне, пріоритетне положення (становище) одного з економічних суб'єктів (або його майна, товарів на ринку) порівняно з іншими суб'єктами підприємницької діяльності. Домінування в біології – тимчасово керуюча система, що зумовлює функціонування нервових центрів у будь-який момент часу і визначає цілеспрямовану поведінку тварини і людини. Домінанта (від лат. *dominans* – пануючий) – в теорії музики – тональність, тоніка якої є п'ятим ступенем у відношенні до цієї. За інформацією тлумачних словників, домінувати це: 1) бути ведучим, основним; переважати, панувати; 2) підноситися над навколишньою місцевістю [7].

Домінування часто зумовлює негативні стосунки учасників ситуації, воно достатньою мірою виявило свою неспроможність на всіх рівнях комунікації – від міжнародних відносин до приватного життя людей.

Згідно з наведеними тлумаченнями, у всіх сферах ідея домінування пов'язується із семантичним компонентом «бути головним, переважати». З огляду на те, що названий семантичний компонент вивчається на прикладі комунікативних ситуацій, до наукового обігу услід за домінуванням вводимо поняття «комунікативне домінування». Комунікативне домінування (КД) тлумачиться як обов'язково результативний комунікативний вплив, що здійснюється на адресата завдяки соціально або ситуативно визначеній вищій статусній ролі адресанта комунікативної дії [8, с. 7]. Комунікативне домінування може досягатися як експліцитними засобами – у такому разі його характеристикою є директивність комунікативної дії, так і імпліцитними – тоді для створення стосунків КД застосовуються ініціативні комунікативні дії або такі, що здатні нанести шкоди адресату, і таким чином знизити його комунікативний статус.

Комунікативне домінування не є тототжним авторитарному способу взаємодії, бо воно може бути ситуативно досягнуте. Виходячи з того, що рівень комунікативного статусу індивіда може бути як соціально зумовленим, так і ситуативно сконструйованим, виділяються 2 підтипи комунікантів: соціально- та ситуативно-домінантні індивіди, чиє домінування базується на соціальному та міжособистісному типах влади відповідно [8].

Соціально-домінантні індивіди спираються на авторитет власного більш високого щодо співрозмовника соціального статусу, що наділяє їх правом на домінування у комунікативній взаємодії з ним. Вищий ступінь соціального статусу індивіда визначається володінням ним хоча б одним із типів соціальної влади: заохочувальним, примусовим, експертним або легіти-

мним. Перебуваючи за своїм соціальним статусом у вертикальних стосунках із співрозмовником, соціально-домінантні індивіди не будують, а реалізують та підкріплюють наявні стосунки домінування в комунікації.

Ситуативно-домінантні індивіди перебувають із співрозмовником у горизонтальних стосунках або навіть мають нижчу від нього соціальну роль. Для досягнення власних цілей таким індивідам доводиться конструювати стосунки домінування безпосередньо у ході комунікативного процесу, вдаючись до форм особистісного впливу: апеляції до власного ситуативно більш високого рівня експертизи (знань), порушення принципу ввічливості, апеляції до міжособистісних стосунків із співрозмовником, здійснення психоемоційного тиску. У цілому рівень інтенсивності комунікативних дій, що застосовуються для створення стосунків ситуативного домінування, значно вищий за рівень інтенсивності дій комуніканта, який перебуває у стосунках соціального домінування щодо співрозмовника. Під час вибору способу реалізації комунікативної стратегії домінування варто враховувати тип комуніканта.

Дослідження засвідчило, що мовна реалізація національних уявлень про домінування здійснюється двома способами: за допомогою мовних одиниць, що позначають це поняття або асоціативно чи логічно пов'язані з ним, і через комунікативні тактики, які використовують носії мови. Мовними одиницями, що позначають домінування в українській мові можуть виступати слова, фразеологічні одиниці, прислів'я, приказки, які потребують детального аналізу та дослідження.

Слова і фразеологічні звороти на позначення домінування мають відтворити зв'язки, що встановлює соціум між домінуванням і іншими концептами, а також аксіологічний аспект діяльності мовної спільноти – оцінку, яку виносить соціум названому явищу.

Прислів'я та приказки, у яких виражається національний досвід народу щодо домінування, містять не тільки оцінку, а ще й поради щодо мовної поведінки.

Прагматичний аспект дослідження цього питання полягає у виявленні шляхів реалізації стратегій домінування, комунікативних тактик та ходів, що виражають інтенції домінування або реакції на спробу домінувати.

Необхідно відмітити, що будь-які комунікативні стратегії і тактики вивчаються у певному дискурсі. Під час дослідження комунікативної стратегії домінування необхідно виявити особливості саме того дискурсу, у якому вона вивчається. Вважаємо, що комунікативні стратегії домінування у дискурсі доцільно досліджувати у зв'язку із типом ситуації – формальної чи неформальної.

Висновки. Отже, модель дослідження обраного феномена має включати два аспекти: інвентаризацію всіх мовних одиниць, що вербалізують національні уявлення про домінування, і встановлення комунікативних тактик, що сприяють реалізації інтенцій домінування.

Узагальнивши викладені міркування, пропонуємо модель дослідження комунікативної стратегії домінування в українській мові, що включає такі етапи:

1. Уточнення та систематизація термінологічного апарату.
2. Виявлення корпусу мовних одиниць, що позначають домінування, або асоціативно чи логічно пов'язані з домінуванням.
3. Когнітивно-семантичний та соціолінгвістичний аналіз слів і фразеологічних зворотів, що виражають ідею домінування в українській мові.

4. Аналіз вираження ідеї домінування в пареміях – прислів'ях, приказках, анекдотах.

5. Виявлення комунікативних стратегій домінування, представлених у нормативних документах (офіційних ситуаціях).

6. Встановлення тактик, ходів домінування, а також їх мовного вираження в неофіційних ситуаціях.

Перспективою дослідження вважаємо здійснення дослідження за запропонованою моделлю.

Література:

1. Верещагин Е.М. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – 4е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.
2. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 252 с.
3. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация: [учебник] / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 272 с.
4. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: [учебное пособие для университетов и вузов] / Е.В. Ключев. – М.: Изд-во ПРИОР, 1998. – 320 с.
5. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А.П. Сковородников // Риторика. Лингвистика: сб. статей. – Смоленск, 2004. – № 5. – С. 5–11.
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – 5-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
7. Загнітко А.П. Великий тлумачний словник. Сучасна українська мова: від А до Я / А.П. Загнітко, І.А. Щукіна. – Донецьк: БАО, 2008. – 704 с.
8. Барташева Г.І. Взаємодія невербальних та вербальних компонентів ситуації комунікативного домінування в англомовному дискурсі: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Г.І. Барташева; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2004. – 20 с.

Сенная Л. Ю., Радванская Т. И. Коммуникативная стратегия доминирования в аспекте лингвистического осмысления

Аннотация. В статье проанализирована коммуникативная стратегия доминирования в аспекте лингвистического осознания с целью выявления способов реализации представлений про доминирование в украинском языке. Выяснено, что языковая реализация национальных представлений про доминирование осуществляется двумя способами: при помощи языковых единиц, которые обозначают это понятие или ассоциативно или логически связаны с ним, а также через коммуникативные тактики, которые использует носитель языка. В статье предложена модель исследования коммуникативной стратегии доминирования в украинском языке.

Ключевые слова: доминирование, коммуникативная стратегия, коммуникативные тактики, реализация, модель исследования.

Sinna L., Radvanska T. Communicative strategy of domination in the aspect of language comprehension

Summary. It is analyzed the communicative strategy of domination in the aspect of language comprehension in order to identify ways of domination implementation in the Ukrainian language. It was found that national conception about domination can be presented in a language by 2 ways: with the help of the language units denoting domination or associated, connected with it and with the help of communicative tactics that a native speaker uses.

Key words: domination, communicative strategy, communicative tactics, implementation, study model.